

# FISHNEWS

НОВОСТИ РЫБОЛОВСТВА  
Информационно-аналитический журнал  
№ 2 (85) 2026

ИЗДАНИЕ МЕДИАХОЛДИНГА FISHNEWS

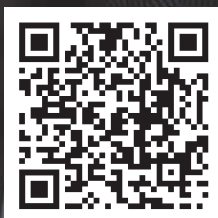
**REFAGRO**

**PCXB**

**Завод «Гран»:  
История и люди**

**Рыбный клуб:  
Москва — Владивосток**

**Василий СОКОЛОВ:  
У аквакультуры  
большой потенциал  
развития**



**Григорий МАЛАХЕВИЧ:  
Необходимо всё доводить до идеала**



# B2B-маркетплейс рыбной отрасли

Покупка, продажа, аукцион,  
аналитика, логистика, склад

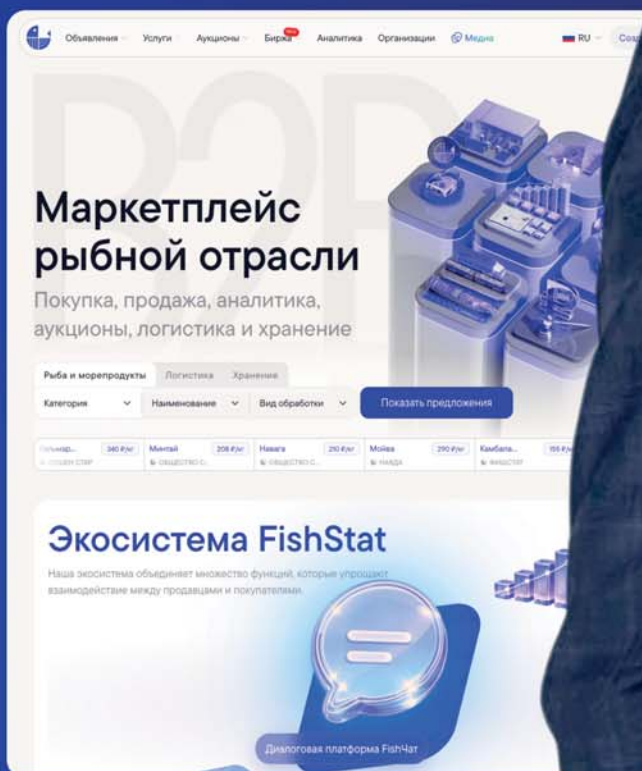


“

Мы создали удобный, понятный и прозрачный инструмент для всех игроков отрасли. FishStat предлагает размещать объявления, находить подходящие предложения, объявлять собственные аукционы и участвовать в них.

**Время для оптовой торговли рыбой онлайн наступило!**

**Евгений Карпов**  
Основатель [fishstat.ru](https://fishstat.ru)



# СОДЕРЖАНИЕ

- 2 Григорий МАЛАХЕВИЧ: Необходимо всё доводить до идеала**  
Интервью с генеральным директором завода «Гран»
- 8 Завод «Гран»: история и люди**  
В этом году исполняется 35 лет предприятию, чье оборудование для промышленного холода активно используется рыбаками по всей России. Корреспондент Fishnews побывал на производстве «Гран» в городе Волжске в Республике Марий Эл
- 16 Рыбный клуб в Москве: Второй сезон**  
О тенденциях и перспективах внутреннего рынка рыбы и морепродуктов, в том числе потребительских трендах, формах внутриотраслевого сотрудничества и новых возможностях для бизнеса, поговорили на второй встрече Рыбного клуба, прошедшей в апреле в Москве
- 24 Рыбный клуб пришел на Дальний Восток**  
Каковы возможности расширения экспорта для разных товарных категорий российской рыбопродукции в новые страны, что волнует бизнес в регулировании и как выстраивается коммуникация с другими участниками товаропроводящей цепи, обсудили на первом Рыбном клубе во Владивостоке
- 31 Россельхозбанк обеспечивает «бесшовные» расчеты для бизнеса и путешественников за рубежом**  
На встрече «Рыбный клуб: курс на Восток» специалисты Россельхозбанка рассказали о своих предложениях для отрасли
- 32 Кирилл КОСТЫНА: Российские рыбопромышленники ищут на рынках новые возможности**  
Участники Рыбного клуба во Владивостоке обсудили, где резервы для дальнейшего роста экспорта и с какими вопросами приходится сталкиваться. Управляющий директор департамента крупного бизнеса Россельхозбанка обобщил работу предприятий отрасли на внешних рынках
- 33 Иван ФЕТИСОВ: Отраслевые площадки прошли путь от событий до экосистемы**  
Как формат Рыбного клуба помогает участникам скорректировать стратегии на внутреннем и внешних рынках и протестировать их, рассказал генеральный директор выставочного оператора Expo Solutions Group
- 38 Аквакультуре нужен новый импульс**  
В текущей экономической ситуации у рыбоводов не хватает ресурсов для серьезного рывка за планку в 400 тыс. тонн. Какие проблемы сдерживают развитие отрасли, обсудили на всероссийском совещании в поселке Ропша
- 42 Василий СОКОЛОВ: У аквакультуры большой потенциал развития**  
Заместитель руководителя Федерального агентства по рыболовству рассказал Fishnews о нынешней ситуации в аквакультуре и факторах, которые способны поднять ее на новый уровень
- 48 Игорь ИВЛЕВ: Наша задача — системная модернизация морских терминалов**  
Первый заместитель генерального директора Дальневосточной рыбопромышленной управляющей компании — о портовых объектах, вошедших в периметр ДРУК, и работе с ними
- 54 Александр КВАША: Рыба и морепродукты — одна из самых интересных категорий**  
Какие морепродукты наиболее популярны среди россиян, что может помочь развитию рыбного потребления и какую роль в закупках и оптовой реализации играет аналитическая составляющая, рассказал руководитель отдела по закупкам на внутреннем рынке компании «Мореодор»
- 60 Андрей ГРЕЧКИН: Перевозкам рыбы поможет ряд мер**  
Как повысить потребление рыбной продукции? Ответ лежит в том числе и в плоскости организации доставки рыбы по железной дороге. Какие меры способны помочь перевозкам, рассказал генеральный директор компании «Дальрефтранс» (входит в Транспортную группу FESCO)
- 66 Живую историю портовых городов Приморья показывают на выставке**  
От ярких контейнеров и рыбацких судов до уникальной архитектуры и быта людей: через фотографии, картины и личные истории авторы проекта показали, что такое портовое пространство. Первым выставку увидел Владивосток
- 70 «Прибрежка» как зона риска**  
В рыбной отрасли есть круг вопросов, о которых Fishnews периодически писал все 20 лет своей работы. Среди таких проблемных тем — прибрежное рыболовство
- 74 Михаил ЦЫБУЛЕНКО: Экологическое просвещение — важная часть работы Главрыбвода**  
Экопроект «Жизнь камчатскому лососю!», организованный Северо-Восточным филиалом Главрыбвода, охватил всю Россию. Он помогает не только восполнять запасы ценных рыб, но и учит население бережному отношению к природе, рассказал начальник филиала
- 78 Fishnews: 20 лет в лицах и событиях**



## О том, что вас ждет в новом номере

В этом году «Фишньюс» совместно с «Экспо Солюшенс Групп» и при поддержке Рыбного союза вновь провели в Москве встречу Рыбного клуба. Также впервые Рыбный клуб собрался во Владивостоке.

В столице, уже по традиции, обсуждались вопросы развития внутреннего рынка рыбной продукции, причем в разных каналах продаж — e-commerce, традиционный ритейл и HoReCa. А на Дальнем Востоке участники встречи сосредоточились на практике экспорта.

На страницах нового выпуска журналисты Fishnews рассказывают о самых интересных темах Рыбного клуба в Москве и во Владивостоке. Потребительские предпочтения россиян, бурное развитие категории готовой еды и перспективы на этом рынке для рыбы, видение экспертов по новым возможностям за рубежом — все эти вопросы освещены в наших материалах.

В 2027 году можно будет принять участие в новых встречах Рыбного клуба как в столице, так и на Дальнем Востоке.

Конечно, в номере и другие темы. Что предлагает рыбной промышленности отечественная индустрия холода? Куда двигаться дальше российской аквакультуре? Какие планы на портовую инфраструктуру у созданной государством ДРУК? И каким образом прибрежное рыболовство остается из года в год в зоне риска? Обо всем этом — в свежем выпуске.

*С уважением,  
редакция Fishnews*



Григорий МАЛАХЕВИЧ,  
генеральный директор  
завода «Гран»



# Григорий МАЛАХЕВИЧ: Необходимо всё доводить до идеала

Усилившаяся конкуренция со стороны новых игроков повлекла изменения на российском рынке промышленного холодильного оборудования, отмечает генеральный директор завода «Гран» Григорий МАЛАХЕВИЧ. Необходимость бороться за рынок подталкивает отечественных производителей совершенствовать свою продукцию, думая и об эстетике, и о долговечности, и о ремонтпригодности, а также о ценовой политике.

О тенденциях рынка, перспективах обретения Россией технологического суверенитета в промышленном холоде и работе завода «Гран» Григорий Малахевич рассказал в интервью Fishnews.

## НОМЕНКЛАТУРА

— Григорий Евгеньевич, расскажите о продукции, которую выпускает завод «Гран».

— Мы производим весь спектр теплообменного промышленного оборудования воздушного типа и относимся к числу самых узнаваемых брендов на рынке России. В основном мы применяем решения на базе медной трубки, но в последнее время активно предлагаем и производим оборудование на базе трубки из нержавеющей стали, особенно для работы в очень агрессивных средах.

Кроме того, мы выпускаем плиточные морозильные аппараты — как вертикальные, так и горизонтальные. Завод начал свою деятельность с производства горизонтально-плиточных аппаратов, это своего рода визитная карточка предприятия.

В 2022–2024 годах мы по заданию Минпромторга России разработали плиточные аппараты для судовых рыбоперерабатывающих фабрик с автоматической загрузкой и выгрузкой продукции. Сейчас работаем над тем, чтобы эти аппараты удешевить, а также адаптировать для береговых предприятий, в том числе под блок-форму отечественного стандарта. Учитывая постепенно растущие проблемы с привлечением рабочих рук на береговые предприятия, я думаю, такое оборудование будет востребовано в будущем.

Кроме того, завод разрабатывает и производит скороморозильные аппараты воздушного типа различных конфигураций.

Наше оборудование задействовано по всей линии сельхозпроизводства. Начиная от овощей и заканчивая мясом и рыбой. Это и охлаждение производственных помещений, и непосредственно хранение, воздушная и контактная заморозка.

— Какова география ваших поставок?

— По всей России. Мы есть везде.

— Дальневосточные заказчики — это предприятия рыбной отрасли?

— Все наши дальневосточные заказчики — это предприятия рыбной отрасли. Оборудование «Гран» есть в Хабаровском крае, во Владивостоке, в Магадане, на Сахалине и Курилах. От-

**Наш сектор экономики завершает переход к структуре рынка, аналогичного за рубежом. Ряд производителей десятилетиями выпускает оборудование определенного вида, стремясь достичь идеального баланса функциональности, качества, простоты и стоимости. Но они не стремятся сами идти в монтаж, проекты, оставляя это организациям, имеющим высокие компетенции в этих вопросах, опыт и репутацию.**

дельно хочу отметить мою малую родину, потому что на Камчатке свою продукцию с помощью нашего оборудования морозит значительная часть рыбоперерабатывающих заводов.

— Какие комплексные проекты — когда приобретаются не один-два агрегата, а целый комплекс — завод «Гран» реализовал для рыбной отрасли?

— В последние годы мы не стремимся к комплексным проектам, предпочитаем более узкую специализацию, производя непосредственно оборудование. Однако компетенции в реализации комплексных холодильных проектов под ключ не утрачены, и если нужно, то делаем проекты и монтируем.

Из последнего мы самостоятельно реализовали такой проект для рыбоперерабатывающего завода ОАО «Колхоз Октябрь» на реке Кехта на Камчатке. Там вся система холодоснабжения вместе с проектированием — наша. И спиральная воздушная шоковая заморозка, и плиточная заморозка, и хранение — всё от «Гран». Этот проект был выполнен в 2021–2022 годах.

Но сейчас мы предпочитаем работать с проверенными партнерами, которые заточены под разработку проектов, выполнение монтажа и имеют соответствующую репутацию.

То есть сейчас мы все-таки больше позиционируем себя как производители конкретных изделий — потребителей холода — и стремимся к реализации комплексных проектов с партнерами по цеху, образно выражаясь.

Это следствие изменений на рынке.

— Какое оборудование наиболее востребовано у рыбаков?

— Наши плиточные аппараты, в основном горизонтальные. Чаще это аппараты для береговых заводов, реже — судовые.

И камеры воздушной шоковой заморозки, а также теплообменное оборудование для складов.

## КАДРОВЫЙ ВОПРОС

— Расскажите о своих сотрудниках: как сложился трудовой коллектив? Есть ли у завода «Гран» дефицит кадров? Как вообще решаете кадровый вопрос?



В цехах завода «Гран» кипит работа

— Коллектив сложился давно, задолго до моего появления на предприятии. Есть люди, которые работают у нас по 25, по 30 лет. Такие сотрудники есть среди инженерного и конструкторского состава, а в цехах есть ребята со стажем 10–15 лет, а в некоторых случаях и свыше 20 лет. Кто-то уходил и возвращался, кто-то не возвращался, приходят и новые сотрудники. Так или иначе, команда сформировалась.

Сейчас, когда рынок бросает нам новые вызовы, стала понятна необходимость углублять знания и умения для решения стоящих перед нами задач. Люди осознают, что если у кого-то в моменте недостаточно компетентности, ее необходимо быстро повышать.

И мы по ситуации кого-то направляем на дополнительное обучение либо проводим более активную передачу опыта. Конечно, некоторая нехватка высококвалифицированных работников действительно существует. На фоне резко возросшей потребности в рабочих руках, инженерах и конструкторах в нашем и соседнем регионе, свободных рук с высокой квалификацией в этой сфере нет, и мы, как и другие предприятия, находимся в

постоянных поисках. Особенно остро стоит вопрос с молодежью.

Частично решаем проблему за счет аутсорса, привлекая либо специалистов из других организаций, либо сами эти организации.

Что касается не инженерных кадров, то острого дефицита в нашем регионе нет. Есть и сварщики, и токари-фрезеровщики, и разнорабочие. Вопрос только в деньгах. Но в целом, к сожалению, людей, готовых трудиться на промышленных предприятиях, становится меньше и некоторые сложности с привлечением рабочих в цеха имеются, но в данный период мы не видим их критическими.

**— То есть в принципе у вас особых проблем с кадрами нет?**

— Скажем так, на данный момент и в ближайшие год-два радикальных проблем в кадровом вопросе я не вижу. Что будет дальше, предсказать сложно, особенно с учетом сокращения молодежи, готовой идти на такую тяжелую работу. Кроме этого, требуется обучение имеющихся сотрудников новым навыкам, глубоким подходам, принципам бережливого

производства, внедрению автоматизации. К нашей радости, многие люди на предприятии откликаются на вызовы и проявляют себя с позитивной стороны. Если бы мы не находили отклика, то кадровый вопрос для нас ощущался бы очень остро.

Еще одна возможность для решения кадровых задач в будущем — повышать эффективность производства. В каждой отрасли есть свои показатели эффективности, измеряемые в рублях и штуках. Я считаю, что «Гран» может теми же руками выпускать гораздо больше продукции — процентов на 20–30. Для этого мы вступили в программу бережливого производства, инициированную Минпромторгом России. Сейчас знакомимся с опытом других предприятий, разработали план достижения целевых показателей в виде увеличения выпуска при сохранении текущей штатной численности. В общем, работаем в этом направлении. Конечно, это не спасательный круг и не может полностью уберечь нас от надвигающихся проблем ближайших 5–7 лет, вызванных, прежде всего, демографической ямой. Но это нам даст время, чтобы принять меры

к более глубокой автоматизации производственных процессов.

Когда я пришел на предприятие, многие меня убеждали, что у нас кадровый голод, нужно еще больше людей для выполнения задач. И я в какой-то период глубоко переживал из-за этого. Но сейчас понимаю, что главное — грамотно поставить задачи и направить сотрудников, иногда даже помочь, поддержать. Нужно не бояться вкладывать силы и средства в обучение коллектива, ведь именно постоянное совершенствование повышает эффективность работы каждого, а в итоге всего коллектива.

### ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА

**— Какие изменения происходят сейчас на рынке промышленного холодильного оборудования? Какие тренды, куда движется отрасль?**

— Основной тенденцией мне видится разделение субъектов по сферам деятельности, а также повышение градуса конкурентной борьбы. Попытаюсь раскрыть мысль. За последние четыре-пять лет рынок колоссально изменился в силу ряда обстоятельств, в том числе ввиду прихода азиатских производителей, в частности Китая. Если еще лет 10–15 назад китайское качество не могло считаться эталонным, то в последние годы мы однозначно видим совершенно иной уровень эксплуатационных характеристик и промышленного дизайна, которые во многом отвечают ожиданиям потребителей.

В маркетинге китайские производители ведут достаточно агрессивную торговую политику. Кроме того, их производители в силу ряда причин имеют возможность давать финансовые условия контрактов, которые недоступны нашим производителям, и это касается не только нашей отрасли. Приход на рынок холода новых мощных игроков в целом повлиял на развитие отрасли, став дополнительным катализатором изменений этого сектора рынка, направив его на путь постоянного совершенствования и предугадывания ожиданий потенциального клиента не только в разрезе качества, но и

в разрезе некоторых механизмов исполнения сделок.

Также сейчас мы наблюдаем своего рода сегментацию в отрасли. Если ранее более успешными были разновекторные предприятия, то сейчас у рынка возникает понимание, что нельзя быть успешным во всем, прежде всего в силу повышающихся ожиданий потребителей. И сохранять эти тенденции годами.

Я хочу сказать, что наблюдается тенденция к разделению участия на рынке: одни производят, другие проектируют и делают монтаж, предоставляют сервисное обслуживание и в целом ведут работу с клиентами, погружаясь в детали производственной деятельности пищевой промышленности в разных отраслях.

Зачастую такие проектно-монтажные организации имеют очень глубокий опыт в отрасли применения оборудования, могут предвосхитить риски и запросить изменение технических характеристик производимого оборудования под конкретные условия применения. Такой подход позволяет сконцентрироваться на своем деле и стремиться к постоянному улучшению качества работ или продукта.

Следствием этого становится ситуация, при которой, например, четыре предприятия в России производят только скороморозильные спиральные аппараты и достигли очень высоких показателей в функциональности, эксплуатационных характеристиках на фоне приемлемых цен. А три предприятия производят только теплообменное оборудование ламельного типа. Кто-то занимается исключительно проектировочными работами. А кто-то, помимо проектирования, выполняет еще и монтаж, имея репутацию экспертов и выступая в роли основных подрядчиков при реализации комплексных проектов в области промышленного холода.

Относительно недавно завод «Гран» объединял в себе весь спектр оборудования и услуг в области промышленного холода, мы производили широкий перечень необходимого оборудова-

ния, занимались проектированием и монтажом.

Однако сейчас мы видим необходимость в оттачивании мастерства производства конкретных самых востребованных видов оборудования, чтобы не расплыться и сконцентрировать экономику и интеллектуальные силы завода на разработку, постоянное совершенствование и производство оборудования. А реализацию проектов предпочитаем проводить с партнерами.

Мне видится, что наступило время профессионалов, потому что этого ждет потребитель. Нельзя быть везде и по чуть-чуть. Необходимо быть знаковым производителем конкретных видов изделий.

В каком-то смысле наш сектор экономики завершает переход к структуре рынка, аналогичного за рубежом. Ряд производителей десятилетиями выпускает оборудование определенного вида, стремясь достичь идеального баланса функциональности, качества, простоты и стоимости. Но они не стремятся сами идти в монтаж, проекты, оставляя это организациям, имеющим высокие компетенции в этих вопросах, опыт и репутацию.

Мне в этом смысле нравится философия, которой придерживались в свое время ремесленники Японии: доводить дело, которым ты занимаешься, до идеала. Режешь ли ты по дереву, шьешь одежду или собираешь автомобили — стремись к идеалу. Мне видится, что именно к этому очень скоро мы и придем. Рынок ждет этого. Значит, производители, проектанты и сервисные и монтажные организации обязаны дать это рынку.

### ПЛАНЫ НА БУДУЩЕЕ

**— Расскажите о планах развития завода «Гран» на ближайшее будущее.**

— Мы отвечаем на вызовы рынка. Как я уже упомянул, в 2022 году предприятие заключило контракт с Минпромторгом на разработку для дальнейшего серийного выпуска горизонтальных и вертикальных плиточных



В 2022-2024 годах по заданию Минпромторга России на заводе разработали плиточные аппараты для судовых рыбоперерабатывающих фабрик с автоматической загрузкой и выгрузкой продукции

скороморозильных аппаратов с автоматической загрузкой-выгрузкой. Будем развивать это направление. Планируем также создать отдельную систему автоматической загрузки и выгрузки. Чтобы не было необходимости покупать аппарат с системой загрузки, а можно было устанавливать эту систему на уже имеющееся оборудование как опцию.

Также мы думаем еще над версией плиточного аппарата с разборными узлами рамы, то есть чтобы их можно было бы собрать в очень ограниченном пространстве, доставив к месту сборки по частям, не подвергая демонтажу узлы фабрики, транспортные системы и не привлекая тяжелую подъемную технику. Эдакий конструктор легио. Особенно актуально это решение видится нам для судового применения.

И кроме того, мы планируем наладить производство морозильного оборудования медицинского и лабораторного назначения. Уже есть опытные образцы таких ларей, выдающие до  $-120^{\circ}\text{C}$ .

Видится, что сейчас это актуально, поскольку из-за санкций часть импорта такого оборудования прекратилась.

В целом мы хотим доказать рынку, что российское качество в нашей отрасли — это не абстрактная идея, не какие-то популистские лозунги. Это то, чего мы можем достичь довольно быстро и стать лучшими в том, что мы делаем. У нас есть умы, руки, станки и старание. Значит, сможем.

Моя идея фикс — выйти на принципиально другой уровень качества и в долговечности, и в промышленном дизайне, и в функциональности, постоянно совершенствуя производимое оборудование.

#### **— Технологический суверенитет России в производстве промышленного холодильного оборудования возможен?**

— На наш взгляд, основная проблема для импортозамещения в нашей отрасли — отсутствие российских компрессоров и запорной арматуры, покрывающих все потребности отрасли. Их у нас практически не производят. В нужных мощностях, типах, количестве и на все хладонносители промышленный выпуск отсутствует.

Насколько нам известно, Министерство промышленности и торговли России выделило субсидию на разработку,

создание и производство отечественных поршневых компрессоров. По этой субсидии сейчас работает компания из Санкт-Петербурга. Я думаю, что опытные образцы компрессоров для нужд холодильной промышленности у них появятся в следующем году.

Вероятно, завод «Гран» будет участвовать в их испытаниях. Если все получится, это будет большим подспорьем для продвижения к суверенитету.

Нам также видится, что станочные мощности заводов нашей и смежных отраслей могут позволить выпуск и запорной арматуры, но для этого необходима координация сил этих заводов. Без государственной координации, скорее всего, не обойтись.

Так что технологический суверенитет России в производстве холодильного оборудования, я считаю, возможен при должном уровне кооперации различных предприятий и соответствующей госполитики в этом направлении.

Мы решили на своем уровне поставить перед собой задачу использовать в нашем производстве как можно больше российских комплектующих при сохранении необходимого уровня качества.



# ЗАВОД «ГРАН»:

Значительная доля агрегатов для промышленного холода, используемых отечественными предприятиями рыбной отрасли, производится в совсем не «рыбном» городе Волжске в Республике Марий Эл на заводе «Гран».

В этом году предприятию исполнится 35 лет. Выделившийся из завода «Совиталпродмаш» в качестве самостоятельного предприятия в 1991 году, «Гран» успешно прошел сквозь лихие 90-е и удачно вписался в современные рыночные реалии.

Ассортимент выпускаемой продукции широк. В основном это разнообразное теплообменное оборудование, плиточные скороморозильные аппараты различной мощности и конструкции, а также аппараты шоковой заморозки всевозможных конфигураций.



# ИСТОРИЯ И ЛЮДИ

## КАК ПОЯВИЛСЯ «ГРАН»

Волжск — небольшой промышленный город на берегу Волги, имеющий неофициальный титул родины российского холода. Такую репутацию он заработал еще в советское время. В конце 1980-х годов именно в Волжске создали гигантский советско-итальянский завод «Совиталпродмаш», который выпускал и поставлял по всему Советскому Союзу промышленное холодильное оборудование.

Предприятие производило изделия в широком ассортименте — от магазинных витрин до оборудования для промышленных холодильников. Проектная мощность «Совиталпродмаша» — сотни тысяч холодильных машин и шкафов в год. Техника на заводе была частично итальянской, частич-

но — советской. Некоторые станки работают до сих пор.

В 1990-х годах на базе «Совиталпродмаша» возникло несколько предприятий, у каждого из которых была собственная рыночная ниша. В частности, завод «Гран» выделился как производитель морозильных плиточных аппаратов. Все предприятия расположены в обширной промзоне, унаследованной от завода-гиганта.

Сегодня «Гран» — это заводоуправление, три производственных цеха (еще один — на финальной стадии стройки), склад готовой продукции, вспомогательные склады. В общей сложности на предприятии трудится более 150 человек.



Артем МАМЕТЬЕВ возглавляет конструкторское бюро



Инженер-конструктор Виктор СИДОРКИН спроектировал первый в России спиральный аппарат шоковой заморозки

## РАЗРАБОТКА

В административном корпусе целый этаж выделен под конструкторское бюро и архив рабоче-конструкторской документации. В уютной атмосфере инженеры проектируют новые и совершенствуют уже созданные изделия.

Собственное КБ заводу необходимо. Любое изменение на рынке, например исчезновение комплектующей детали, вынуждает к переделке всего комплекта документации.

Кроме того, некоторых из заказчиков удовлетворяет стандартное изделие, а кто-то хочет изменить конструктивные особенности под свои условия. В этом случае тоже нужно подключать проектировщиков.

«Когда у нас хорошие отношения с клиентами либо когда мы видим действительно интересный, перспективный контракт, мы берем даже такие заказы, которые сильно отличаются от нашего стандартного исполнения», — отметил генеральный директор завода Григорий МАЛАХЕВИЧ.

Конструкторское бюро возглавляет Артем МАМЕТЬЕВ. В 2005 году он окончил Казанский государственный технический университет по специальности «техника и физика низких температур». Сразу после окончания

пошел работать на завод «Гран», начинал с должности инженера-конструктора.

«Когда я поступил на работу, то первый месяц трудился в цеху. Так у нас принято. Считаю, что это хорошая традиция. Новому сотруднику необходимо освоить производство, набраться опыта и познакомиться с рабочими», — рассказал он.

Сейчас в должностные обязанности Артема Маметьева входит координация работы конструкторского бюро, распределение задач, согласование с руководством технических особенностей проектируемых изделий и общего курса развития предприятия.

Из числа инженеров-конструкторов двое трудятся с момента основания предприятия. Один из них — Виктор СИДОРКИН. Он окончил Марийский политехнический институт имени Горького по специальности «инженер-технолог». С 1982 года работал в Волжске инженером-конструктором на заводе «Торгхолодмаш». Когда был создан «Гран», вместе с коллективом перевелся на новое место.

В начале 1990-х Виктор Сидоркин спроектировал первый в России спиральный аппарат шоковой заморозки. Сейчас разрабатывает как аппараты воздушной заморозки, так и плиточные, в том числе участвовал в проек-

тировании аппарата с автоматической загрузкой-выгрузкой.

«До 1991 года в России не выпускали спиральные аппараты, были только импортные. Работу над первым отечественным спиральником мы начали вместе со специальным конструкторским бюро при «Ма-



Завод выпускает морозильные шкафы и теплообменное оборудование

рихолодмаше». Разработали документацию, но изначально ничего не вышло. Хотели оставить эту затею. Но потом пришли кое-какие идеи, к тому же удалось понаблюдать в одном совхозе, как работает американский спиральник. Мы перелопатили документацию и в результате



Инженер-конструктор Евгений НЕЧИПОРЕНКО работает на заводе с самого начала



Задача технического директора Александра ЦОВБУНА — инновации

симбиоза спроектировали свой аппарат», — рассказал Виктор Сидоркин.

Также с самого начала на заводе работает Евгений НЕЧИПОРЕНКО. Он выпускник Казанского авиационного института имени А.Н. Туполева. Еще в советское время он разрабо-

## ПРОИЗВОДСТВО

Во всех трех действующих цехах «Грана» кипит работа. Гремят разгружаемые материалы, рабочие раскраивают и сгибают металлические листы, сверлят, вытачивают детали, собирают комплектующие, красят готовые изделия. Каждый из цехов выпускает свою номенклатуру продукции.

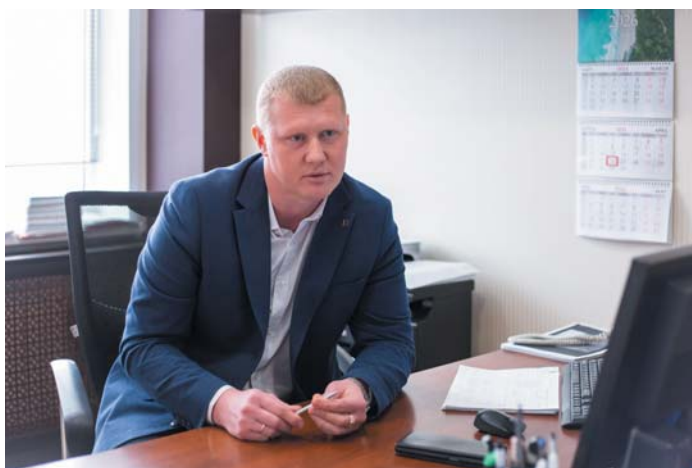
Непосредственно производственными процессами на заводе руководит заместитель генерального директора Александр АЛЕКСАНДРОВ. На «Гране» он трудится с 2014 года. Начинал слесарем, затем работал мастером-бригадиром и уже после этого стал начальником производства и заместителем гендиректора.

В круг обязанностей Александра Александрова входит контроль производственных процессов по обоим направлениям: теплообменному и холодильному. В том числе определение номенклатуры материалов для закупки, взаимодействие с логистикой, непосредственное руководство изготовлением продукции.

«Мы производим свое оборудование с нуля. Покупаем металл, комплектующие. А далее — полный цикл изготовления, можно сказать, ручная работа. У нас очень интересно, потому что предприятие не стоит на месте. Постоянно проектируются новые

Генеральный директор  
ОАО «Колхоз Октябрь»  
А.В. ХАРИТАНОВИЧ

**Сотрудняем  
с заводом «Гран»  
более 7 лет.  
Специалисты компании  
спроектировали,  
изготовили и  
смонтировали  
оборудование для  
заморозки блочной  
и штучной рыбы  
производительностью  
более 300 т/сут.  
Всё это время  
оборудование  
позволяет уверенно  
выполнять любые  
производственные  
задачи.**



Непосредственно производственными процессами на заводе руководит заместитель генерального директора Александр АЛЕКСАНДРОВ

тал автоматизированный горизонтально-плиточный аппарат ЛАМП-12. Сейчас основное направление его работы — проектирование вертикально-плиточных аппаратов. Занимался разработкой планировок рыбоперерабатывающих заводов и автоматизированных конвейерных систем.



Каждый из цехов выпускает свою номенклатуру продукции



На заводе «Гран» три производственных цеха. Четвертый (на фото) — на финальной стадии стройки

Генеральный директор  
ООО «Западное-М»  
А.Ю. ЯШКИН

**С «Граном» работаем  
не первый год.  
Оборудование  
справляется со своими  
задачами, работает  
стабильно и надежно.**

конструкции, а сам завод растет на глазах», — отметил Александр Александров.

#### **ПРОДВИЖЕНИЕ НА КАМЧАТКЕ**

Своеобразным экзаменом на качество и востребованность продукции «Грана» стало продвижение плиточных и воздушных аппаратов в «рыбной житнице» страны — на Камчатке. В 1990-х годах прежнее руководство завода познакомилось с Евгением Алексеевичем МАЛАХЕВИЧЕМ, благодаря ко-

торому продукция стала активно продаваться на полуострове, где в те годы велся дикий промысел лосося.

В 1998 году на Камчатке начали распределять рыбопромысловые участки. Старожилы до сих пор вспоминают «красную» путину 1998 года, когда горбушу массово выбрасывали, поскольку морозить не успевали, а вылавливать было необходимо, чтобы рыба не переполняла нерестилища.

Промысловикам потребовалось большое количество морозильного оборудования. Завод



^  
V-образный конденсатор, выпускаемый заводом



^  
Теплообменное оборудование выходит под торговой маркой LAMEL



^  
Морозильное оборудование завода востребовано предприятиями рыбной отрасли

«Гран» в этот период зарекомендовал себя на полуострове как надежный поставщик такой техники. До сих пор на Камчатке можно встретить морозильные аппараты «Грана», выпущенные еще в 1990-х годах.

#### ПЕРСПЕКТИВЫ

В начале нулевых руководство завода решило заняться производством теплообменного оборудования, которое на тот момент в России было только импортным. В 2001 году на «Гране» был запущен участок по

изготовлению теплообменного оборудования под торговой маркой LAMEL: конденсаторы, воздухоохладители, маслоохладители, жидкостные калориферы, конвекторы...

Подобная техника оказалась очень востребована, и завод стал выпускать по несколько тысяч изделий в месяц, не сокращая при этом производство плиточных и воздушных аппаратов.

В 2016 году на предприятии сменились акционеры, и произошла реорганизация из акционерного общества в ООО.

Руководитель, совладелец ООО «Дельфин», совладелец ООО «Дельта Фиш ЛТД» П.И. ПЕТРИК

**Мы сотрудничаем с заводом «Гран» с середины 2000-х годов и по настоящее время. Оборудование до сих пор в работе, сервис на уровне.**



Покраска корпусных деталей

Год спустя в рамках программы «Ультрахолод» — совместного проекта завода «Гран» и ЦНИИ «Курс» — была завершена разработка и начат выпуск опытных образцов морозильных ларей с экстремально низкими температурами (до  $-120^{\circ}\text{C}$ ).

А в 2022 году произошло еще одно достаточно заметное событие: по заданию Минпромторга на заводе приступили к разработке конструктива для дальнейшего серийного выпуска вертикальных и горизонтальных плиточных шкафов с автоматической загрузкой-выгрузкой.

Новые акционеры завода пришли к выводу о необходимости совершенствования продукции для дальнейшего завоевания рынка. Для этого приняли ряд мер, в том числе учредили новую должность — технический директор. Им стал Александр ЦОВБУН. Именно с его помощью, в частности, была создана и запатентована автоматическая система загрузки-выгрузки.

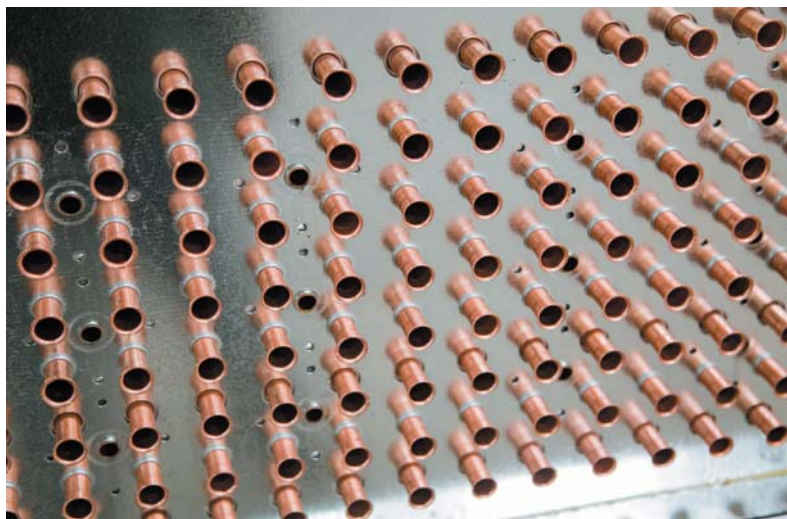
Александр Цовбун окончил Дальневосточный государственный технический университет, получил два высших образования: экономическое и техническое. Сотрудничает с заводом «Гран» с 2023 года, начал с разработки программной части плиточных аппаратов.

В круг его обязанностей как технического директора входит полный спектр задач, связанных с поддержанием и усилением компетенций предприятия в разрезе всего жизненного цикла изделий, начиная от зарождения идеи до эксплуатации и сервисного обслуживания, в связи с чем именно он имеет решающее слово при постановке задач конструкторскому бюро и технологическому отделу.

«Конечная цель моей работы — это в основном внесение изменений в уже имеющиеся конструкции, по запросу заказчика либо по инициативе руководства предприятия, в целях увеличе-

ния эксплуатационного периода и улучшения необходимых технических характеристик, а также разработка принципиально новых изделий. Это то, что называется инновациями», — подчеркнул Александр Цовбун.

Сейчас весь трудовой коллектив завода «Гран» сосредоточился на решении поставленной руководством задачи — не просто удержаться на рынке, а отвоевать новые пространства за счет повышения качества и долговечности, а также расширения функционала выпускаемого оборудования, с одновременным совершенствованием применяемых технических решений.



Эстетика сборки в деталях



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](http://www.fishport.ru)

# Рыбный клуб в Москве: Второй сезон

Откровенный разговор о том, куда движется рыбный рынок, как встроить рыбу в актуальные потребительские тренды, какие формы может принимать внутриотраслевое сотрудничество и где рыбному бизнесу искать новые возможности, в том числе для развития внутреннего потребления, продолжился на второй встрече Рыбного клуба, прошедшей 10 апреля в Москве.





Р  
Д

Общение — то, ради чего задумывался Рыбный клуб, отметил председатель Рыбного союза Александр ПАНИН



Клубный формат отражает сочетание профессионального и личного стремления для реальных инициатив на рыбном рынке, считает гендиректор «Экспосолюшенс Групп» Иван ФЕТИСОВ

### РЫНОК В РАЗРЕЗЕ

На второй встрече Рыбного клуба в Москве вновь присутствовали представители самых разных звеньев рыбного рынка — от рыбоводы до ритейла, от переработки до онлайн-сервисов, от трейдеров до рестораторов, объединенные сквозной темой: как повысить потребление рыбы в стране. «Здесь собрались люди, которые любят рыбу, — обратился к участникам мероприятия председатель совета директоров медиахолдинга «Фишньюс» Эдуард КЛИМОВ. — Уверен, что наш сегодняшний разговор будет очень интересным и важным. Нам предстоит подумать, как передать нашу любовь максимально большому количеству россиян».

Как изменился рынок в целом и его рыбный сегмент за последний год, рассказали эксперты исследовательских компаний РОМИР и NTech. Они обратили внимание на смену вектора потребительских настроений на негативный, следствием чего становится выбор стратегий экономии и рационализация трат.

Хотя средний чек продолжает повышаться (прежде всего за счет инфляции), размер потребительской корзины в натуральном выражении сжимается. Это относится и к категории рыбы и морепродуктов, которая в денежном выражении



На одной площадке встречаются представители всех звеньев товаропроводящей цепи

растет, но по объемам — теряет покупателей, проигрывая конкуренцию курице и свинине.

При этом рыба по-прежнему занимает очень небольшое место в продуктовой корзине россиян. «Это говорит о том, что имеется высокий потенциал для того, чтобы растить и развивать категорию. Запрос на это есть», — указала руководитель клиентской группы панельных исследований РОМИР Екатерина ТИМОШЕВСКАЯ. По ее словам, на фоне общего снижения спроса активно растет категория готовой еды, закрывающая потребность как в приеме пищи, так и в удобстве и экономии времени.

«Цена имеет значение, она остается ключевым фактором выбора, но история доверия и ассортимент, который лежит на полке, тоже важны, — отметила представитель исследовательского холдинга. — Как мы можем работать с целевой аудиторией? Это запрос на персональные предложения, когда покупатель ожидает дополнительной коммуникации как от ритейлера, так и от производителя с фокусом на его конкретные нужды».

По мнению директора по аналитике NTech Леонида АРДАЛИОНОВА, внутри рыбной категории существуют точки роста по отдельным группам продуктов. Так, если в целом объемы продаж неразделанной

рыбы снижались, то по минтаю за последние два года они взлетели на треть. «Программа минтая сработала, — констатировал представитель аналитической компании. — Потребление минтая очень сильно выросло».

Не показала падения по итогам 2025 года группа рыбных стейков, где сильно подорожавшего атлантического лосося отеснили на второе место стейки из форели. Результаты заметно выше средних по рынку продемонстрировало рыбное филе, удобство которого оценили потребители. Другой «мегазвездой», по оценке NTech, в 2025 году стали полуфабрикаты из рыбы, в том числе в панировке, как и филе, требующие минимальной дготовки. Схожая динамика прослеживается у продуктов из сурими — в связи с популярностью азиатской кухни у молодежи.

И даже в одной из самых депрессивных групп — рыбных консервах — нашелся свой чемпион. Снижение продаж на 7% в физическом выражении Леонид Ардалионов объяснил проблемами у консервов из шпрот (кильки). «А посмотрите на дорогой тунец — за два года плюс 50%! — обратился он к участникам Рыбного клуба. — Люди хотят вкусную интересную морскую рыбную еду. Как только производители начинают ее давать, выбрасывать на рынок, — сразу эффект».



Несколько часов — в режиме живого диалога о тенденциях спроса и предложения внутри страны



В работе рыбного рынка важна роль каждого звена, подчеркнул сомодератор встречи, председатель совета директоров медиахолдинга «Фишьюс» Эдуард КЛИМОВ

Важно не растерять этот драйв, подытожил представитель NTech. В этом случае масштабные трансформации, которые переживает категория рыбной продукции, позволят в среднесрочной перспективе перейти к устойчивому росту.

### РОЗНИЦА РЕАЛЬНАЯ И ВИРТУАЛЬНАЯ

«Минтай — это совершенно точно прорыв года», — согласился с аналитиками председатель Рыбного союза Александр ПАНИН. Он отметил вклад в увеличение розничных продаж этой рыбы маркетинговой программы Ассоциации добытчиков минтая и совместного проекта компаний «Агама», «Русская рыбопромышленная компания» (РРПК) и X5 — кейс их сотрудничества детально рассматривался на Рыбном клубе год назад.

Продажи рыбы постепенно развиваются и в онлайн. «Мы видим, что год к году общая доля заказов с рыбной продукцией выросла на 5%», — рассказал директор по развитию B2C сервиса доставки «Купер» Николай БРУЯКА. Помимо оборота, в 2025 году рос и средний чек в заказах, где присутствовала рыба.

По словам Николая Бруяки, среди самых популярных групп рыбных товаров в каталоге агрегатора — охлажденная и

мороженая рыба, морепродукты, соленая, копченая, вяленая продукция, икра. Наибольшую активность онлайн-покупатели по-прежнему проявляют на праздники и в выходные.

«Рыбную продукцию люди все еще воспринимают как нечто праздничное, нерегулярное, необытовое, неежедневное, — озвучил вывод представитель «Купера». — Вижу это как точку роста, потенциал. Нужно сделать так, чтобы люди в стране знали, что рыба — это рутина, это нечто регулярное, что должно быть на столе каждую неделю и необязательно по выходным».

Реализация рыбы в сетевом ритейле в физическом выражении снижается, хотя в ценовом — растет, подтвердил данные аналитиков президент Ассоциации компаний омниканальной розничной торговли (АКОРТ) Станислав БОГДАНОВ.

При этом часть продаж, в том числе в формате готовой еды, перетекает в онлайн-сегмент, регулирование которого отличается от требований к традиционной рознице.

«На наш взгляд, это влечет за собой достаточно большие риски, чем дальше мы идем к тому, чтобы выровнять весь рынок и применить законодательство в части реализации продуктов питания для всех одинаково», — предупредил руководитель АКОРТ.

E-com и онлайн-продажи — один из самых динамично растущих каналов для категорий Food и «Рыба» и требуют регулирования наравне с офлайн-магазинами, высказал аналогичное мнение коммерческий директор ТД «Меридиан» Виталий АЖНИН. «Совершенно точно законодательство нужно «причесывать», — отметил он и предложил усилить продвижение рыбы в онлайн. — Так как молодые потребители часто используют именно интернет-продажи, интернет-заказы, на них нужно фокусироваться и все больше и больше прививать им культуру потребления как в целом рыбы, так и готовых блюд, которые содержат в составе рыбные ингредиенты».

С точки зрения президента Ассоциации производителей и поставщиков готовой еды (АППГЕ) Сергея БЕЛЯКОВА, регуляторику стоит отстраивать по тому каналу, который растет быстрее. «Если онлайн дает большие темпы роста, то логичнее посмотреть, что можно сделать с законом о торговле в части «раскручивания гаек» для ритейла, чтобы снизить его издержки и сделать более эффективным и выгодным партнером для производителя и переработчика, а не пытаться увеличить издержки для растущего более высокими темпами канала», — отметил он.



Сооснователь компании «Мореодор»  
Вячеслав КУРЫЛЕВ



Активно о рыбе и морепродуктах высказывались представители HoReCa

Сектор готовой еды АППГЕ оценивает на уровне 8 трлн рублей и прогнозирует рост до 14 трлн рублей к началу 2030-х годов. «Это рынок, который проявляет устойчивый спрос на продукцию, производимую вами», — констатировал Сергей Беляков.

Присутствие рыбной продукции в этом канале пока небольшое. По оценкам Рыбного союза, блюда из рыбы и морепродуктов занимают только 5% рынка готовой еды, однако в этом можно видеть не проблему, а потенциал для роста.

«Взаимодействие с быстрорастущими каналами — ритейлом, e-commerce и готовой едой — это быстро снимаемые, очень низко висящие плоды, который вы можете без особых усилий использовать и наращивать объем своего производства», — обратился к рыбакам и рыбопереработчикам президент АППГЕ.

### ШЕФ-ПОВАРА НЕ БОЯТСЯ РЫБЫ

В отличие от сегмента готовой еды в меню кафе и ресторанов рыба и морепродукты встречаются гораздо чаще. «Мясо и птица у нас занимают 28,5%, а рыба и морепродукты — 24,3% в общей сумме закупок, то есть это существенная часть», — поделилась внутренней статистикой директор по закупкам Lucky Group и ресторанов Ильи Тютенкова Анастасия ГОРЯЧЕВА.

По словам бренд-шефа сети ресторанов «Кофемания» Алексея ПЕТРИЧЕНКО, объем рыбных блюд в целом по сети тоже составляет от 20% до 30%. «Это средняя статистика рыбы и морепродуктов и в салатах, и в основных блюдах. В HoReCa, я думаю, если взять срез от среднего сегмента и сегмента выше среднего, с которым мы работаем, это 25–30%», — согласился с оценкой коллег бренд-шеф ресторанов Restaurant by DFF, «Грушевый цвет» и Poly Антон КОВАЛЬКОВ.

Ассортимент даров моря, представленный в ресторанах, тоже становится более разнообразным. «В основном позиции, которые мы покупаем, — это лосось, осьминог, креветки, тунец для ресторанов японской кухни, гребешки очень популярны сейчас и набирают обороты», — рассказала Анастасия Горячева.

По ее словам, растет востребованность и белой рыбы. Правда, повара скорее предпочитают иметь дело с треской или палтусом, чем с демократичным минтаем, но, как заверили рестораторы, исключительно в силу недостаточной осведомленности.

«От лица шеф-повара могу сказать, я даже в голову это не брал, и никто нигде не поступался с этим минтаем. А у вас такая статистика, что минтай — рыба года, — удивился Антон Ковальков. — Но до нас эта информация не доходит».

Участники дискуссии признали, что популярным ресторанам под силу раскрутить и ввести в моду продукт или ингредиент, даже если это не массовая история. «Мы являемся трендсеттерами, — отметила Анастасия Горячева. — Очень часто наши шефы задают тренды потребления тех или иных продуктов».

При выборе поставщика рыбы и морепродуктов определяющим фактором представители сектора HoReCa назвали качество продукции. Еще один важный критерий — готовность трейдера работать с небольшими объемами и по нестандартному графику, включая срочные заказы. В долгосрочном сотрудничестве с надежными партнерами заинтересованы и поставщик, и ресторан, и клиент, который получает именно тот вкус и качество, к которым он привык.

Большую роль в ресторанном бизнесе играет сарафанное радио. «Мы все дружим, — добавил Антон Ковальков. — И мы делимся друг с другом контактами, где взять хорошее сырье, которое будет стабильного качества».

### РАДИ ДОВЕРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Аналитик Рыбного союза Николай МОЧАЛОВ представил участникам Рыбного клуба любопытные результаты исследования о доступности массовых



Участники встречи рассказали о практиках продвижения на внутреннем рынке минтая



Председатель совета директоров РРПК Савелий КАРПУХИН

видов рыбной продукции в Норвегии, Германии, Японии, США, России и Китае. Средние розничные цены на минтай, треску, горбушу, семгу и скумбрию сравнивались с официальными данными о средних зарплатах после вычета налогов.

Оказалось, что в абсолютных цифрах розничные цены в России на большинство видов рыбы самые низкие в этом перечне. Однако по индексу доступности рыбопродукции для граждан наша страна смогла опередить только Китай. Хотя причина такого разрыва очевидна — невысокие доходы населения, некоторые ведомства, включая ФАС, предпочитают искать ее в наличии на рыбном рынке «лишних» звеньев, накручивающих ценник. Однако участники рынка придерживаются иной точки зрения.

Чтобы у потребителя была возможность получить готовый вкусный продукт из минтая, а не просто блок мороженой рыбы, необходимо выстраивать цепочку через процессинговые компании, заявил коммерческий директор РРПК Олег МОСКВИН. По его словам, самостоятельно наладить выпуск нескольких десятков SKU рыбной продукции, которая требуется сетям, рыбаки могут, но это неэффективно.

Напротив, рыбоперерабатывающие компании, ориентированные на выпуск B2C-продукта, постоянно нацелены на поиск новых форматов и воз-

можностей на рынке и готовы к экспериментам и коллаборациям. «В ритейле работают профессионалы, которые следят за общемировыми и российскими трендами. И они к нам достаточно часто приходят с запросами — сделать какой-то кастомизированный продукт под них», — рассказала директор по маркетингу компании «Агама Истра» Ольга ДЕЕВА.

Она напомнила, что не так давно для розницы были в новинку такие продукты, как лойн трески или порционное филе минтая, а сейчас они в топе продаж. Среди важных потребительских трендов представитель перерабатывающей компании выделила развитие готовой еды и моду на протеин.

«Наша категория — рыбная — абсолютно замечательная в этом отношении и очень круто в эту историю вписывается. Это один из самых высокобелковых видов еды. В том же минтае — 15,6 г белка на 100 г. На среднюю пачку 400 г филе минтая (это самый распространенный вес упаковки) — целых 62 г белка. Это очень много», — акцентировала внимание Ольга Деева. По ее мнению, производителям важно следовать в фарватере этого тренда и не стесняться подсвечивать содержание белка на упаковке продукции.

Общей проблемой рыбной отрасли директор по маркетингу компании «Меридиан» Екатерина КУЛЕНКО назвала

недостаток коммуникации с потребителем. Она отметила, что даже с учетом непростой экономической ситуации «есть достаточно большой сегмент потребителей, которые готовы платить за качество, готовы платить, если они понимают ценность». А дополнительную ценность продукту может дать бренд, за которым стоит понятный производитель.

«В рыбной категории один из основных барьеров, которые мы видим, — это отсутствие у потребителя знаний, какая рыба полезная, как ее выбрать, как не попасть на некачественное сырье и не отравиться. Задача бренда в том числе развивать коммуникацию и выстраивать доверие с потребителем, выступая гарантом качества продукта», — указала представитель «Меридиана».

Цена продукта далеко не всегда является решающим фактором. Екатерина Куленко привела пример с рыбными ригетами, которые не так давно появились на рынке. «Это продукт очень дорогой, на мой взгляд, стограммовая баночка стоит порядка 150–180 рублей, — уточнила она ценовой диапазон. — Но когда потребитель понял ценность этого продукта, когда он его попробовал, увидел, прочитал состав, оказалось, что он готов платить эти деньги».

В некоторых случаях, чтобы донести до потребителя ценность продукта, его надо полностью «перепридумать». Именно



Директор по цифровой трансформации компании «Фишстат» Евгений ЧИЖ показал возможности обновленной платформы для электронных продаж и покупки рыбы и морепродуктов

такую задачу пытаются решить в компании «Путина». «Мы хотим дискредитированный продукт, икру минтая, поставить на уровень качественного хорошего продукта», — рассказала директор компании Евгения СИНЯКОВА.

По ее словам, грамотные технологии и позиционирование способны сделать икру минтая достойным конкурентом даже всенародно любимой лососевой икре — с учетом добываемых российскими рыбаками объемов. «Сколько лососевой икры продается в России? 15 тыс. тонн? — поинтересовалась директор «Путины». — Я верю, что цифра в 15 тыс. тонн для икры минтая — это разминка на ближайшие годы».

Участники обсуждения отметили перспективность минтая и для внедрения в питание детей. «Мы над этой проблемой задумались еще несколько лет назад и даже выпускали линейку «Морская семейка», идея которой базировалась на инсайте: поскольку дети не любят есть рыбу, чтобы повысить ее привлекательность, рыбу нужно запанировать. Панировка будто снимает этот барьер», — отметила Ольга Деева.

При этом дети очень любят есть крабовые палочки, добавила Екатерина Куленко. С учетом роста выпуска российскими рыбаками высококачественного фарша сурими это открывает новые возможности развития для категории, в том числе путем создания инновационных продуктов — таких как шарики с начинкой или лапша из сурими.

В разрезе продвижения рыбы не стоит забывать и о рекламе на телевидении, которая по-прежнему остается самым действенным способом донести информацию о продукте до максимально широкой аудитории, высказала мнение директор по развитию бизнеса компании «Фишстат» Екатерина ПОДЛЕССКИХ. Она поделилась опытом размещения рекламного ролика о платформе

вать бюджет и двигать отрасль вот так — через телевизор, это будет правильный путь».

Шагом к такой консолидации может стать созданная по инициативе Рыбного союза рабочая группа «Рыбный день — каждый день», о запуске которой сообщила Екатерина Куленко. «Мы верим, что в России люди могут, должны и будут есть рыбу каждый день, а не только по четвергам», — заявила она.



Финальное фото: организаторы Рыбного клуба — команда «Экспосолушенс Групп», Fishnews и Рыбного союза

для электронной торговли рыбой и морепродуктами FishStat во время трансляций чемпионата России по лыжным гонкам. По итогам рекламной кампании удалось обеспечить охват 3 млн зрителей, а количество поисковых запросов выросло по порядку.

«Самый главный барьер — это порог входа, — оценила расходы на телерекламу Екатерина Подлесских и призвала коллег объединять усилия и ресурсы. — Если мы научимся консолидиро-

Миссия рабочей группы заключается в объединении и консолидации усилий представителей разных секторов рынка, госорганов, некоммерческих организаций и разработке программы популяризации рыбы. «Рыбная категория должна стать категорией-героем», — заключила Екатерина Куленко и пригласила участников Рыбного клуба примерить на себя роль амбассадоров рыбы.



# РЫБНЫЙ КЛУБ: ДИАЛОГ ЭКСПЕРТОВ

МОСКВА • 12 ФЕВРАЛЯ 2027

ОРГАНИЗАТОРЫ



FISHNEWS  
МЕДИАХОЛДИНГ

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ



ПОДРОБНЕЕ



## ПРИГЛАШАЕМ ПРОФЕССИОНАЛОВ РЫБНОГО РЫНКА К УЧАСТИЮ В СЕРИИ ЕЖЕГОДНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

ОТКРЫТАЯ ДИСКУССИЯ • АНАЛИТИКА • ПЕРВЫЕ ЛИЦА



# РЫБНЫЙ КЛУБ: КУРС НА ВОСТОК

ВЛАДИВОСТОК • 21 МАЯ 2027

ОРГАНИЗАТОРЫ



FISHNEWS  
МЕДИАХОЛДИНГ

ПОДРОБНЕЕ



# Рыбный клуб пришел на Дальний Восток

Если в Москве Рыбный клуб сосредоточился на тенденциях и перспективах внутреннего рынка рыбы и морепродуктов, то во Владивостоке фокус переместили на возможности развития экспорта.



Встреча Рыбного клуба включала несколько тематических блоков. У каждого из них были свои модераторы: Кирилл КОСТЫНА, Алексей МЕРКУЛОВ, Эдуард КЛИМОВ, Полина КИРОВА и Маргарита КРЮЧКОВА



# РЫБНЫЙ КЛУБ:

КУРС НА ВОСТОК





Участники клуба поделились своим видением перспектив экспорта рыбы и морепродуктов. Эксперт по продвижению рыбной продукции и и.о. генерального директора компании Sevir Полина КИРОВА сделала особый акцент на Африке

### МОЖНО ЛИ РАСШИРИТЬ ГЕОГРАФИЮ

За 2025 год Россия поставила за рубеж более 2 млн тонн водных биоресурсов, экспортная выручка превысила 6 млрд долларов. Формально для продукции из нашей страны открыты десятки государств. Однако более 80% в стоимостном объеме экспорта приходится всего на три страны. Причем среди них наиболее заметен Китай, с долей в экспортной выручке свыше 57%. Такие данные представила на первой встрече Рыбного клуба во Владивостоке эксперт по продвижению рыбной продукции и и.о. генерального директора компании Sevir Полина КИРОВА.

О текущей ситуации с поставками на площадке клуба рассказали представители рыбодобывающей отрасли, трейдингового звена и марикультуры. Российские компании укрепляют позиции на китайском рынке, работают над тем, чтобы занять на нем новые ниши. Но безусловно, смотрят и на возможности расширить географию экспорта. Какие перспективы видятся в тех или иных регионах присутствия? На эту тему участники клуба рас-

суждали без декларативных заявлений и лозунгов — с позиций бизнеса.

Эксперты, в частности, предлагают посмотреть на рынки со спросом на халяльную продук-



Рыбный клуб собрался в самом эпицентре морской хозяйственной деятельности, отметила руководитель Приморского филиала РСХБ Елена БАКУМЕНКО

цию. Здесь можно обратить внимание на Индонезию, где людей живет практически вдвое больше, чем в России; на Ближний Восток и Центральную Азию, отметил коммерческий дирек-

тор «Океанрыбфлота» Андрей БУЗИН.

Потенциал рынков уже учли транспортники. Об этом на встрече рассказал генеральный директор компании «Дальрефтранс» Андрей ГРЕЧКИН. Дальневосточная рыба отвечает требованиям к халяльной продукции, а у оператора рефконтейнеров есть возможности для ее доставки по стандартам «халяль»: в мае «Дальрефтранс» получил соответствующий сертификат. Андрей Гречкин пригласил рыбопромышленников совместно проработать проекты для рынков халяльной продукции. «Перспективны Индонезия, Малайзия и другие страны. Готовы развивать перевозки продукции на эти рынки», — заявил руководитель компании — оператора рефконтейнеров.

Интересный вопрос: есть ли возможности для экономически эффективного экспорта в африканские страны? Ориентация поставок в Африку, конечно, не панацея и сложно сравнивать ее с тем же Китаем, но это органически растущий рынок, обратила внимание Полина Кирова. Ожидается, что к 2050 году население макрорегиона вырастет на



Сомодератор встречи, главный редактор Fishnews.ru Маргарита КРЮЧКОВА предложила порассуждать о возможности снизить регуляторные риски для экспорта

1 млрд человек. «Это превращает Африканский континент в рынок, сопоставимый с азиатским», — прокомментировала аналитик.

Один из благоприятных для поставок факторов: население Африки привыкло есть рыбу, здесь нет необходимости менять потребительские привычки. Сейчас здесь потребляют около 10 млн тонн рыбы в год, а к 2050 году предполагается рост до 29 млн тонн в год. При этом 40% потребляемой рыбы — импортная.

По мнению Полины Кировой, африканские рынки могут обеспечить за пять лет прирост выручки в 345 млн долларов. При этом речь идет о поставках все-таки недорогой рыбы. Аналитик также обратила внимание, что каждое государство континента уникально, везде свои особенности, в том числе есть страны со своей развитой аквакультурой.

Стремление предприятий поставлять продукцию не только на традиционные азиатские рынки наталкивается на небьющую экономику и проблемы с получением платежей. Так, участники встречи рассказали, что с большим вниманием прорабатывали возможности экспорта в Африку,

но логистика «съедает» плюсы поставок. С проблемами в получении экспортной выручки рыбопромышленники столкнулись при отправке товара в Латинскую Америку.



Генеральный директор компании «Дальрефтранс» Андрей ГРЕЧКИН пригласил рыбопромышленников вместе подумать над расширением рынков для российской продукции

Конечно, концентрация на поставках лишь в несколько стран — это риски, надо рассматривать другие рынки, но они должны быть логистически и с точки зрения платежной инфраструк-

туры удобны для экспортеров, прокомментировал президент Ассоциации предприятий рыбной отрасли Хабаровского края Сергей РЯБЧЕНКО.

Укрепление позиций российских поставщиков на внешних рынках, повышение отдачи от экспорта — в интересах государства, поэтому, возможно, здесь стоит подумать о мерах поддержки. Это один из выводов, которые позволяет сделать встреча Рыбного клуба.

Сейчас по линии РЭЦ предусмотрены субсидии на транспортировку сельхозпродукции и продовольствия, и, как отметили участники встречи, это рабочий механизм, но хотелось бы, чтобы на него выделялось больше средств.

## КЕЙСЫ И ПЛАНЫ

Участники обсуждали не только возможности расширения географии, но и экспорт разных товарных категорий.

Одна из интересных практик — создание рынка икры минтая в Китае. Эту работу возглавила Ассоциация добытчиков минтая при активном участии предприятий — членов АДМ.



Президент АДМ Алексей БУГЛАК рассказал о создании рынка икры минтая в Китае



Работа с новыми рынками помогает настраивать производство – таким опытом поделился гендиректор Южно-Курильского рыбокомбината Константин КОРОБКОВ



Президент Ассоциации добытчиков краба Александр ДУПЛЯКОВ обрисовал перспективы поставок живых морепродуктов в КНР

Для формирования нового рынка сбыта икры минтая решаются две ключевые задачи, рассказал президент объединения Алексей БУГЛАК. Первое — это донести до китайского потребителя, что такое икра минтая и насколько она полезна. Для этого ассоциация пробует разные каналы. Недавно, например, участвовали в Шанхае в крупнейшей выставке, ориентированной на рестораны «хот-пот» (такой формат очень востребован в стране).

Вторая задача — привлечь внимание к икре минтая переработчиков Поднебесной. Для этого совместно с университетами в Китае разработана линейка продуктов, адаптированных под местную специфику.

Программа по продвижению икры минтая уже дает первые результаты, отметили на Рыбном клубе. Так, китайские покупатели впервые стали участвовать в икорных аукционах в Пусане. Закупки были сделаны в прошлом году. Прямые поставки икры минтая запланированы и по итогам аукционов нынешнего года. Потенциал этого продукта в стране эксперты объединения оценивают в 5 тыс. тонн в год.

Работа с новыми рынками помогает в том числе настраивать производство. О таком опыте рассказал генеральный директор Южно-Курильского рыбокомбината Константин КОРОБКОВ.

Несколько лет назад компания запустила на Кунашире завод по выпуску рыбной муки и жира. К организации работы нового предприятия подошли со всей тщательностью, внимательно изучали зарубежные подходы. Поставки на Ближний Восток и в Латинскую Америку производители попробовали, чтобы понять, насколько продукция отвечает уровню ведущих игроков рынка. «Такие вот «разведывательные забеги» позволяли делать выводы, модернизировать производство, технологии и понимать для себя, куда двигаться дальше», — рассказал руководитель ЮКРК.

Продукция завода ориентирована на потребности аквакультуры. Эта отрасль растет, а вместе с тем будет увеличиваться и спрос на рыбные корма, убежден Константин Коробков.

Российские компании не боятся пробовать свои силы на зарубежных рынках и работать с необычными продуктами. Торговый дом «Камчатский меридиан» решил поставлять в Китай конфеты из трепанга. На то, чтобы подготовиться к продажам такой продукции, понадобилось порядка трех лет, рассказал на встрече клуба соучредитель компании Евгений КАРПОВ. В этом году в Поднебесную отправятся первые партии конфет, отметил он.

Также производители готовятся к поставкам в Китай су-

перфуда — чипсов из мантии гребешка. Поставки продукции глубокой переработки — одна из возможностей повысить отдачу от экспорта, считает Евгений Карпов.

В то же время есть категории морепродуктов, где наиболее высокую маржинальность обеспечивает именно продажа в живом виде. Эксперты говорят об уникальных возможностях России по крабу. Китайский рынок с 2021 года продемонстрировал рост по объемам поставок живого краба почти в три раза, рассказал президент профильной ассоциации Александр ДУПЛЯКОВ. В 2025 году в КНР отправилось 40 тыс. тонн такого товара. Позитивная динамика зафиксирована и по итогам января-марта 2026 года. А вот с поставками мороженой продукции обратная тенденция: объемы за несколько лет сократились. Именно с учетом этих аспектов и будут строиться стратегии компаний на китайском рынке, полагает эксперт. Причем применительно к уловам не только Дальневосточного, но и Северного бассейна.

О крабах на встрече говорилось много. Руководители компаний рассказывали о схемах доставки, возможностях предложения для конечного потребителя.

«Одна из задач, которую мы перед собой ставим, — это интеграция в рынок B2C», —



Краболовам интересна и работа на рынке B2C — об этом рассказал генеральный директор «Антей Управление Активами» Александр РЕМЕТА

поделится генеральный директор компании «Антей Управление Активами» Александр РЕМЕТА. Речь, по его словам, может идти и о развитии этого направления за рубежом, в том числе о создании совместных продуктов. Причем интересно, чтобы продукция появилась в ритейле не в формате «ноунейм», а под брендом. Его можно было бы продвигать и капитализировать, обратил внимание Александр Ремета.

Сомодератор встречи, председатель совета директоров медиахолдинга «Фишньюс» Эдуард КЛИМОВ, предложил участникам ответить на вопрос: отслеживают ли они, куда попадает их продукция за рубежом. Оказалось, что дальнейший путь продукта интересен российским поставщикам, пусть даже они не работают с конечным потребителем. Это возможность мониторить рынок, а если доносить информацию о происхождении продукции — еще и своего рода брендинг.

### ВАЖНОСТЬ КОММУНИКАЦИЙ

Выстраивать эффективную цепочку добытчикам помогает взаимодействие с другими ее участниками: переработчиками, ритейлом, HoReCa — это применимо и к внутреннему, и к внешнему рынку, обратил внимание



Соучредитель ТД «Камчатский меридиан» Евгений КАРПОВ ответил на вопросы о поставках за рубеж необычной продукции из даров моря

директор по внешним и внутренним коммуникациям РРПК Алексей МЕРКУЛОВ.

Межотраслевые программы, по его мнению, помогают решать три задачи. Первая — это информирование о продукте, месте вылова и полезных свойствах. Вторая — коммуникации внутри цепочки. И третья задача — возможность рыбакам, находящимся в начале цепи, понять конечного потребителя.

Опыт Русской рыбопромышленной компании по партнерству с переработчиками и ритейлом (РРПК — «Агама» — «Перекрёсток»), по организации фестивалей для продвижения на внутреннем рынке вполне можно использовать на экспортных направлениях, убежден Алексей Меркулов. В основе же всего — четкая цель и коммуникации.

«На мой взгляд, чем больше мы взаимодействуем — в рамках Рыбного клуба, в рамках рабочих групп, чем больше мы партнерски подходим к развитию категории, тем больший КПД мы получаем для себя лично как конкретные компании, как игроки», — заявил представитель РРПК.

### УКРУПНЕНИЕ И ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ

Участники Рыбного клуба попробовали себя и в роли футуро-



«Уверена, что Рыбный клуб внесет вклад в развитие торговли российской рыбопродукцией», — заявила по итогам встречи генеральный директор медиахолдинга «Фишньюс» Яна ЯШИНА

логов. Внимание, безусловно, привлекает вопрос: последует ли рыбная промышленность примеру других агропромышленных отраслей и как это отразится на позициях на зарубежных рынках.

Направления АПК — мясное, молочное и другие — в свое время прошли через концентрацию и выстраивание вертикально интегрированных компаний. По этому пути проследует и рыбная отрасль — процесс уже начался, считает управляющий директор департамента крупного бизнеса Россельхозбанка Кирилл КОСТЫНА. «Мы видим, что компании укрупняются», — отметил он.

Участники встречи обратились к примерам разных отраслей: в частности, опыту производителей продукции из птицы для более успешного продвижения за рубежом. Проводились параллели и с рыбной промышленностью. Звучали разные мнения: одни считают, что события в рыбной отрасли будут развиваться, как и в других направлениях АПК, другие — что отрасль пойдет своим путем.

### ЧТО ВОЛНУЕТ В РЕГУЛИРОВАНИИ

Регуляторные решения, безусловно, влияют на торговлю. И участники Рыбного клуба не обошли эту тему. Здесь



Рыбный клуб собрал компании в сфере добычи, переработки рыбы, аквакультуры, трейдингового звена, логистики и банковского сектора

тревожит возможность возвращения вывозных таможенных пошлин.

«Если экспортная пошлина будет введена, то это не отразится позитивно на поставках продукции на экспорт», — подчеркнул Сергей Рябченко. Очень важно выступать с обоснованной позицией: как такое решение может ударить по позициям российских предприятий на внешних рынках, считает он.

#### АКЦЕНТ НА ПРАКТИКУ

Площадка Рыбного клуба во Владивостоке ориентирована на практические решения для развития российского экспорта. Так, специалисты Россельхозбанка рассказали участникам встречи



Участие в организации клуба принял Координационный совет рыбохозяйственных ассоциаций Дальнего Востока. На фото — член КС, президент хабаровской ассоциации Сергей РЯБЧЕНКО



Встречи клуба во Владивостоке решили сделать традицией

о возможностях международных расчетов. А директор по цифровой трансформации компании «Фишстат» Евгений ЧИЖ представил инструменты для торговли на электронной платформе FishStat.

#### НОВОЕ СОБЫТИЕ В ОТРАСЛЕВОМ КАЛЕНДАРЕ

Новая встреча Рыбного клуба — это возвращение традиции отраслевых мероприятий на Дальнем Востоке. Именно в Дальневосточном бассейне добываются основные объемы общероссийского вылова. А близость к азиатским странам определяет роль региона в торговле и логистике.

Неслучайно около 15 лет во Владивостоке собирался сначала форум, а затем и Международный конгресс рыбаков. Новая площадка для встреч — это возрождения того духа, который был на берегах бухты Золотой Рог в 2000-х годах, считает президент Ассоциации рыбохозяйственных предприятий Приморья Георгий МАРТЫНОВ.

Своя площадка для общения «рыбного» бизнеса на Дальнем Востоке — необходимость, убежден председатель совета директоров медиахолдинга «Фишньюс» Эдуард КЛИМОВ.

Да, есть «большой смотр» российской рыбной промышленности в Санкт-Петербурге и площадка плотных коммуникаций с азиатскими партнерами в Циндао, но должно быть свое мероприятие и на российском Дальнем Востоке. «Именно поэтому с коллегами из «Экспосолюшенс Групп» мы решили организовать Рыбный клуб во Владивостоке», — рассказал Эдуард Климов.

Мероприятия рыбной отрасли складываются в единую экосистему, где участие в клубных встречах усиливает возможности предприятий для эффективной работы на рынке и более целевого представления своей продукции на выставках в России и за рубежом, считает генеральный директор «Экспосолюшенс Групп» Иван ФЕТИСОВ.

В следующем году организаторы намерены вновь собрать Рыбный клуб во Владивостоке.

# Россельхозбанк обеспечивает «бесшовные» расчеты для бизнеса и путешественников за рубежом

Платежная инфраструктура — важнейшая составляющая для успеха российских рыбопромышленных компаний на внешнем рынке. На встрече «Рыбный клуб: курс на Восток» специалисты Россельхозбанка (РСХБ) рассказали о своих предложениях для отрасли. И это не только обеспечение расчетов.

На первой встрече Рыбного клуба во Владивостоке руководители добывающих, транспортных и логистических компаний в деталях обсуждали, какие перспективы есть у российского экспорта рыбы и морепродуктов и что нужно для успешного развития поставок.

## ПЛАТЕЖИ БЕЗ ПРОБЛЕМ

Один из ключевых запросов бизнеса для усиления позиций на внешних рынках — «бесшовная» система проведения платежей. **Россельхозбанк выстроил серьезную сеть для того, чтобы успешно обеспечивать расчеты**, подчеркнул управляющий директор Департамента операций на финансовых рынках РСХБ Максим АРДАТОВ.

Свыше 50% стоимостных объемов российского экспорта рыбной продукции приходится на долю Китая. Более того, отечественные компании нацелены на то, чтобы развивать свое присутствие на рынке КНР, продвигать свою продукцию в новых провинциях. Россельхозбанк полностью учитывает такой запрос: у него есть **прямые корреспондентские отношения с целым рядом китайских банков**. Специалисты РСХБ постоянно работают над расширением этой сети. В чем преимущество такого сотрудничества? В скорости проведения платежей.

«Экспортная выручка от партнеров в Китае зачисляется на ваши счета в Россельхозбанке в течение примерно часа-полтора», — рассказала на встрече Рыбного клуба руководитель Приморского регионального филиала РСХБ Елена БАКУМЕНКО.

Российские рыба и морепродукты пробуют и новые рынки. **Россельхозбанк очень внимательно следит за перспективными направлениями для отечественного экспорта**,

чтобы заранее подготовить предприятиям возможности для торговых операций.

Рыбохозяйственные компании не только отправляют продукцию на экспорт, но и обращаются за товарами и услугами за рубежом, обслуживают флот. РСХБ организовал серьезную экспертизу, **чтобы свести к минимуму возвраты платежей за услуги, оказываемые нашим рыбопромышленникам за рубежом**.

## КОМФОРТНЫЕ ПОЕЗДКИ

Успешная работа на внешних рынках — это зарубежные переговоры, участие в выставках и бизнес-миссиях. Для того чтобы пребывание в другой стране было комфортным и ничего не отвлекало от развития бизнеса, РСХБ предлагает **бизнес-карты UnionPay («Юнион Пэй»)**.

Такой картой можно пользоваться в самых разных странах, в том числе в Азии, — список направлений доступен на сайте банка. И конечно, предусмотрены удобные возможности для выпуска «Юнион Пэй».

«География участников Рыбного клуба достаточно обширна, так же как и география Россельхозбанка. Мы присутствуем в десятках регионов. В любой офис можно прийти и подробно узнать про карту. Более того, ее можно заказать через наш сайт», — обратила внимание Елена Бакуменко.

Возможности «Юнион Пэй» вызвали большой интерес участников Рыбного клуба. В частности, руководителей компаний порадовал функционал оплаты товаров и услуг по QR-коду через китайские мобильные приложения Yunshanfu и NihaoChina — такой способ расчета очень популярен в КНР.



Россельхозбанк выступил генеральным спонсором встречи «Рыбный клуб: курс на Восток».

АО «РОССЕЛЬХОЗБАНК» Генеральная лицензия Банка России № 3349 от 12.08.2015  
РЕКЛАМА.

➤ Больше о бизнес-карте «Юнион Пэй»  
Россельхозбанка



# Кирилл КОСТЫНА: Российские рыбопромышленники ищут на рынках новые возможности



Расширение экспортной географии для российской рыбы и морепродуктов — непростая тема, но предприятия и пробуют поставки в новые страны, и формируют новые ниши на уже традиционных рынках, рассказал по итогам встречи Рыбного клуба во Владивостоке управляющий директор департамента крупного бизнеса Россельхозбанка Кирилл КОСТЫНА.

«Экспортная составляющая — важнейшая для рыбной отрасли, — обратил внимание управляющий директор департамента крупного бизнеса РСХБ. — Необходимость соблюдать баланс между поставками рыбы на внутренний рынок и повышать отдачу от экспорта закреплена и в поручениях президента, и в документах правительства.

Выручка от экспорта российской рыбной продукции за прошлый год увеличилась на 19% и составила порядка 6,1 млрд долларов. На встрече «Рыбный клуб: курс на Восток» бизнес как раз обсуждал, где резервы для дальнейшего роста и с какими вопросами приходится сталкиваться.

Конечно, вопрос, который всех интересует, — новые рынки сбыта. Китай остается очень важным направлением для поставок российской продукции из водных биоресурсов. За первые четыре месяца 2026 года экспорт в эту страну, по данным коллег из Рыбного союза, увеличился в денежном выражении на 46% по сравнению с уровнем 2025 года — до 1,6 млрд долларов. На встрече Рыбного клуба говорилось о том, что определяет роль Китая в мировой торговле рыбой и морепродуктами.

Тем не менее все согласились, что для устойчивости нужно диверсифицировать экспорт с точки зрения географии. Компании российской рыбной отрасли пробуют новые направления, очень внимательно следят за всеми возможностями, однако тут есть вопросы логистики и проведения платежей: на Рыбном клубе специалисты РСХБ и представители логистической сферы как раз рассказали, какие существуют решения.

Безусловно, для развития на внешних рынках важна и поддержка со стороны государства, в том числе с помощью снятия для наших поставщиков тарифных и нетарифных барьеров за рубежом.

Российские рыба и морепродукты — это огромные возможности, но интересно, какая продукция обеспечивает наиболее выигрышные позиции. Хотелось бы отметить, что это может быть не только продукция глубокой переработки — высокую маржинальность дают поставки и в живом виде. Я бы выделил это как важный момент для понимания картины экспорта. Причем для сохранения качества и продвижения на рынках бизнес прилагает большие усилия и серьезно вкладывается: здесь можно привести пример доставки живого краба в Азию, формирования рынка для продукции из краба в Китае.

Обо всех этих кейсах также говорилось на площадке Рыбного клуба. Как и, например, о создании рынка для российской икры минтая в Китае. Для китайских потребителей это новый продукт, и здесь наши поставщики не только рассказывают жителям Поднебесной о нем, но и продумывают, как его «вписать» в кулинарные традиции страны.

Я также предложил участникам встречи (Кирилл Костына выступил сомодератором «Рыбного клуба: курс на Восток». — Прим. ред.) порассуждать о том, пойдет ли рыбная отрасль по пути вертикальной интеграции, как это уже сделали другие направления отечественного агропромышленного комплекса: мясное, молочное и другие. Непростая тема для рыбопромышленников, но, думаю, здесь рыбохозяйственный комплекс также ждет аналогичный сценарий, с выстраиванием вертикально интегрированных компаний. И это откроет новые возможности в плане экспортной политики.

Общение на Рыбном клубе продолжалось несколько часов, что логично: тема очень многоаспектная. Такие обсуждения помогают найти идеи для развития, и мы считаем очень важными коммуникации внутри профессионального сообщества».



## **Иван ФЕТИСОВ: Отраслевые площадки прошли путь от событий до экосистемы**

В этом году Рыбный клуб впервые состоялся не только в Москве, но и во Владивостоке. Встреча, посвященная экспортной тематике, собрала около 100 руководителей рыбопромышленных предприятий, представителей отраслевых ассоциаций, логистических и инфраструктурных компаний. Клубный формат развивается совместно с медиахолдингом «Фишньюс» и постепенно становится частью более широкой системы отраслевых коммуникаций, ключевая функция которой — в решении прикладных задач. Как эта серия мероприятий помогает участникам скорректировать стратегии на внутреннем и внешних рынках и протестировать их, в интервью Fishnews рассказал генеральный директор выставочного оператора Expo Solutions Group Иван ФЕТИСОВ.



China Fisheries & Seafood Expo. Россия в Циндао

— **Иван Андреевич, зачем понадобилось проводить отдельную встречу Рыбного клуба во Владивостоке и в чем ее ключевое отличие от формата мероприятия в Москве?**

— Московский формат Рыбного клуба традиционно ориентирован на вопросы внутреннего рынка и развития отрасли внутри страны. Здесь обсуждаются переработка, потребление, логистика внутри России, структура спроса и предложения, развитие продуктовых категорий. Это более «внутренняя» повестка отрасли.

Во Владивостоке в центре внимания находятся уже другие задачи: логистика поставок в страны Азии, требования зарубежных покупателей, экономика экспортных операций, а также практические ограничения, с которыми сталкивается бизнес при работе на внешних рынках.

По сути, мы разделили два ключевых контура отрасли, которые в реальной жизни тесно связаны, но требуют разного уровня обсуждения. В Москве мы больше говорим о том, как развивается внутренняя структура рынка и переработка, а во Владивостоке — о том, как эта система «выходит наружу» и работает в

экспортной логике. Когда смотришь на две эти перспективы по отдельности, тогда и видишь задачи отрасли комплексно — и со стороны внутреннего рынка, и со стороны внешней экономики.

Еще одно отличие: во Владивостоке усилился формат вовлеченного диалога. Участники не столько слушали, сколько сами активно включались в обсуждение, формируя его содержание.

И конечно, для нас было очень важным организовать встречу именно на Дальнем Востоке, где формируются основные промышленные объемы экспортных поставок, сходятся переработка и логистика. Где живут и работают очень многие участники наших проектов, партнеры, которые каждый год осенью приезжают на площадку в Санкт-Петербурге... Мы давно хотели организовать мероприятие именно для них — и у нас получилось. Совместно с нашими партнерами мы приняли решение проводить такие встречи каждый год.

— **Если посмотреть на встречи Рыбного клуба, выставки в России и за рубежом — можно ли говорить, что это уже единая система коммуникаций отрасли?**



Рыбный клуб в Москве: как продвигать рыбу внутри страны

— Скорее, мы находимся в процессе ее формирования. Сейчас это еще не полностью цельная система, а набор элементов, которые постепенно начинают связываться между собой. Самое важное, что отрасль уже увидела эту связь и возможности использовать ее для повышения эффективности собственных бизнес-процессов. И первая встреча Рыбного клуба во Владивостоке также состоялась по инициативе самой отрасли, руководителей ассоциаций, которым мы особенно благодарны за поддержку.

Для всех нас такой диалоговый формат в новинку, но для решения реальных экспортных задач рыбного хозяйства сегодня он показался нам самым подходящим. Вместо представления заранее подготовленных презентаций и докладов мы сделали ставку на вовлечение каждого участника в живое обсуждение того, как повысить добавленную стоимость экспортируемой продукции и одновременно диверсифицировать географию зарубежных поставок.

Разумеется, в дискуссии значительное внимание уделено Китаю, который, уверен, на долгие годы останется ключевым партнером нашей рыбной отрасли.



Рыбный клуб во Владивостоке — команда Expo Solutions Group и Fishnews

В то же время нынешняя экспортная модель несет в себе определенные структурные риски, связанные с высокой концентрацией экспортной выручки на одном направлении. Если смотреть шире, то на трех: помимо Китая, напомним, крупнейшими покупателями российской рыбной продукции остаются Южная Корея и Япония. Это совсем не значит, что нам нужно «уходить» из этих стран — но стоит задуматься о продукции, которую мы туда поставляем: сколько она на самом деле стоит в местных сетях ритейла и HoReCa, узнает ли ее потребитель, и главное — как нам управлять маржинальностью поставок за рубежом.

Если рассматривать все мероприятия вместе, то это попытка систематизировать вопросы внутреннего и внешних рынков, переработки и экспорта, логистики. Одним из результатов для участников станет более эффективное продвижение в каждой стране присутствия и более эффективная точка входа на новые рынки. Такое понимание региональной специфики спроса и вкусовых предпочтений местных потребителей уже помогает участникам национального российского павильона на крупней-



Seafood Expo Russia — витрина российской рыбной отрасли

шей в Азии отраслевой выставке China Fisheries & Seafood Expo в Циндао. Они начинают более осознанно формировать экспортные стратегии и подходы к продвижению продукции.

**— Этот год на China Fisheries & Seafood Expo станет для вашей компании юбилейным. Можно ли сказать, что обсуждения, начатые на Рыбном клубе во Владивостоке, найдут свое практическое продолжение на выставке в Циндао?**

— Думаю, что по итогам обсуждений многие участники скорректируют свои стратегии и концепции участия, а мы поможем их реализовать. За десять лет работы в Циндао мы накопили значительный опыт сопровождения российских компаний на азиатских рынках и постоянно делимся им с нашими партнерами. Глубокое погружение в отраслевую повестку позволяет нам поддержать компании гораздо шире, чем это мог бы сделать другой выставочный оператор.

Мы заинтересованы в том, чтобы российский рыбохозяйственный комплекс укреплял свои позиции на внешних рынках. Стараемся создавать для этого все условия, используя накопленный массив практических знаний о специфике азиатских рынков, предпочтениях китайских потребителей, особенностях продвижения различных категорий продукции и форматах взаимодействия с покупателями. Но важно понимать, что аудитория China Fisheries & Seafood Expo не ограничивается Китаем. В Циндао ежегодно приезжают представители рыбной отрасли из Вьетнама, Индонезии, Республики Корея, Японии, стран Юго-Восточной Азии, Ближнего

Востока и других регионов мира. Сегодня эта выставка остается одной из немногих международных площадок, где российские компании могут в течение нескольких дней провести встречи практически со всеми ключевыми участниками мирового рыбного рынка.

При этом мы понимаем, что для дальнейшего развития экспорта могут быть полезны и другие активности. Поэтому вместе с партнерами рассматриваем возможности расширения международной деятельности и изучаем форматы работы на внешних рынках, включая бизнес-миссии и другие механизмы прямого взаимодействия с зарубежными покупателями.

**— Если компания прошла этот цикл полностью — от Рыбных клубов до Санкт-Петербурга и Циндао, — получит ли она какой-то уникальный результат?**

— Главным результатом должно стать существенное сокращение разрыва между замыслом и реальностью. Возможность не просто получать информацию или проводить переговоры, а последовательно принимать и проверять управленческие решения. На Рыбном клубе компании получают инструменты, чтобы сопоставить собственные планы с тем, что происходит на рынке (меняются логистические маршруты, требования покупателей, условия доступа на отдельные рынки). Это позволяет скорректировать стратегию до того, как будут потрачены ресурсы на продвижение продукта.

После этого выставка становится не разовой презентацией продукции, а инструментом проверки конкретных гипотез. Производитель может оценить реакцию покупателей на новую продуктовую линейку, упаковку, позиционирование или экспортное направление, провести переговоры, организовать дегустации и получить прямую обратную связь от рынка.

В результате формируется замкнутый цикл: обсуждение и корректировка стратегии — проверка решений на отраслевой площадке — уточнение дальнейших действий. Именно такая последовательность позволяет быстрее адаптироваться к из-



Global Fishery Forum — главное мероприятие российской рыбной индустрии

менениям рынка, снижать стоимость ошибок и принимать решения на основе практики, а не предположений.

**— Какое значение в этой системе приобретает Международный рыбопромышленный форум и выставка Seafood Expo Russia в Санкт-Петербурге?**

— Форум и выставка в Санкт-Петербурге, которые в этом году состоятся 16–18 сентября в КВЦ «Экспофорум», сохраняют свое значение ключевых событий российской рыбной отрасли, ориентированных как на внутренний рынок, так и на экспорт. Это площадка, где наш рыбохозяйственный комплекс представлен максимально полно: от добычи и аквакультуры до переработки, логистики, технологий и торговли.

При этом мы видим огромный потенциал дальнейшего развития проекта и последовательно расширяем его программу новыми форматами и направлениями, отвечающими актуальным запросам отрасли.

В этом году, например, впервые в рамках программы состоится Международный форелевый форум. Он дебютировал в Республике Карелия в 2019 году, а теперь руководство Федерального агентства по рыболовству приняло решение о целесообразности расширения формата мероприятия. Уверен, что нарабатанная годами инфраструктура форума и выставки в

Санкт-Петербурге позволит усилить вовлечение российских и зарубежных экспертов в вопросы лососеводства и форелеводства. А ведь это одно из самых перспективных направлений российской аквакультуры, его развитие должно помочь в достижении плановых показателей производства товарной рыбы и обеспечении достаточного предложения на рынке.

Кроме того, вопросы разведения и выращивания всех культивируемых видов водных биоресурсов найдут продолжение в программе спецэкспозиции Aqua Farm Global.

Также мы запустим конкурс «Лучший рыбный продукт» и в целом усилим кулинарную составляющую мероприятия. Для нас это не просто новые события в программе. Мы видим, как меняется сама отрасль. Сегодня конкуренция все чаще происходит на уровне продукта, технологий, качества переработки, маркетинга и понимания конечного потребителя, а не объемов добычи.

Но интерактивная часть мероприятия не существует сама по себе — все эти форматы будут опираться на экспозицию оборудования, технологий, производственных решений и самой рыбной продукции. Фактически посетители смогут увидеть всю цепочку создания добавленной стоимости — от технологий выращивания, добычи и переработки до готового продукта и практик его потребления.



**16-18  
СЕНТЯБРЯ '26**

— САНКТ-ПЕТЕРБУРГ —



ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО  
ПО РЫБОЛОВСТВУ

# GLOBAL **and** SEAFOOD FISHERY FORUM EXPO RUSSIA

F I S H E R Y • A Q U A C U L T U R E • P R O C E S S I N G

МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫБОПРОМЫШЛЕННЫЙ ФОРУМ  
И ВЫСТАВКА РЫБНОЙ ИНДУСТРИИ, МОРЕПРОДУКТОВ И ТЕХНОЛОГИЙ

ПЕРИОДИЧНОСТЬ:  
ЕЖЕГОДНО  
ПЛОЩАДЬ:  
26 000 м<sup>2</sup>

ПОСЕТИТЕЛИ:  
20 080 СПЕЦИАЛИСТОВ  
ИЗ 84 РЕГИОНОВ РОССИИ  
И 81 СТРАНЫ МИРА

УЧАСТНИКИ:  
347 КОМПАНИЙ  
ИЗ 37 РЕГИОНОВ РОССИИ  
И 11 СТРАН МИРА



ОТРАСЛЕВОЙ  
ВЫСТАВОЧНЫЙ  
ОПЕРАТОР

18+

**EXPO SOLUTIONS GROUP**

+7 (495) 215-06-75

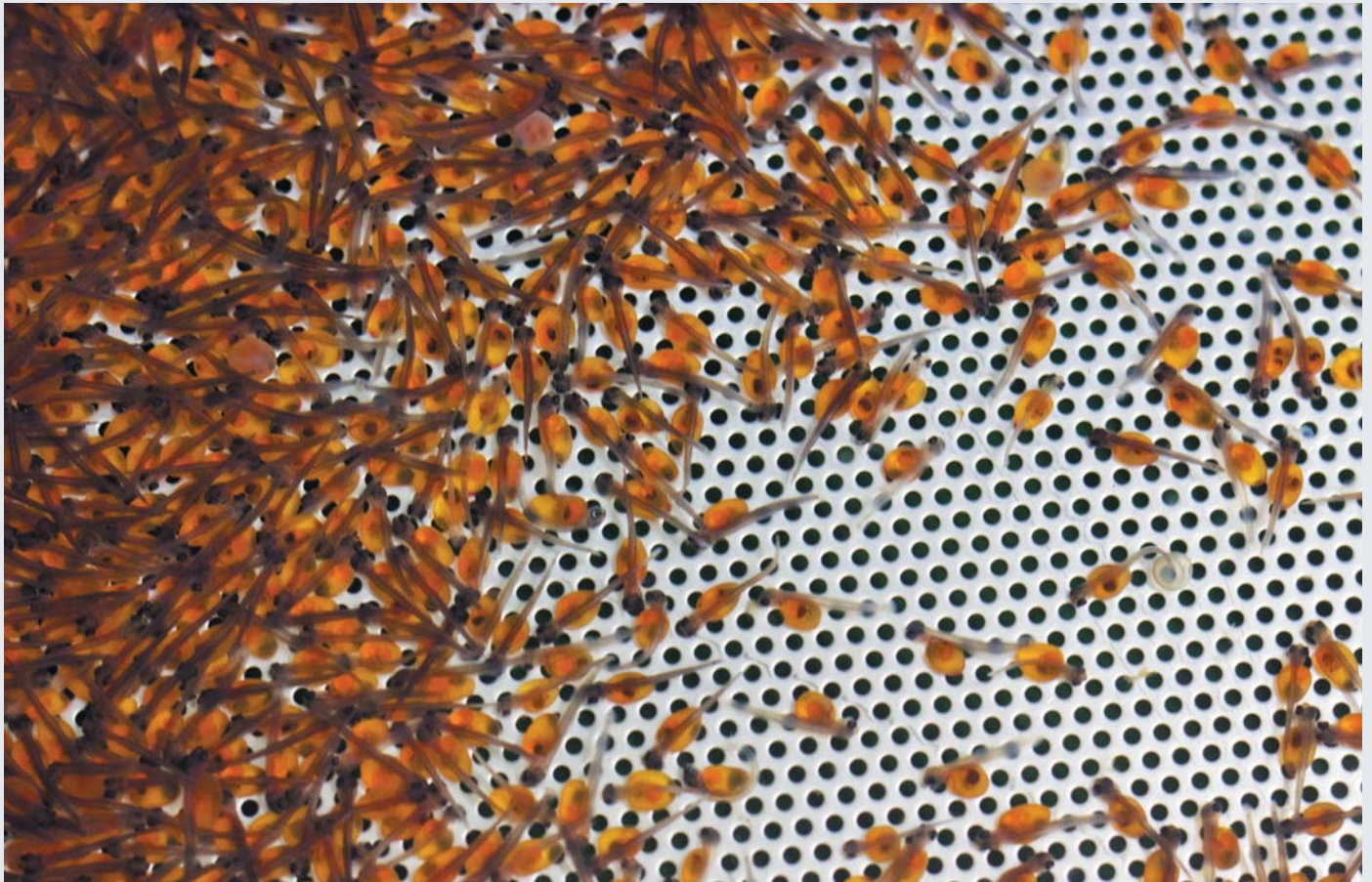
INFO@RUSFISHEXPO.COM

T.ME/SEAFOODEXPORUSSIA

WWW.SEAFOODEXPORUSSIA.COM



НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ



Анна ЛИМ

# Аквакультуре нужен **НОВЫЙ** импульс

Многолетний динамичный рост в секторе товарного рыбоводства сменился стагнацией. Если в промышленном рыболовстве вылов последние годы колеблется вокруг 5 млн тонн, в аквакультуре такой заколдованной цифрой, похоже, стали 400 тыс. тонн: в текущей экономической ситуации у рыбоводов не хватает ресурсов для серьезного рывка за эту планку. «Результаты 2024–2025 годов свидетельствуют об исчерпании тех положительных импульсов, которые двигали эту подотрасль», — озвучил «диагноз» на всероссийском совещании по аквакультуре руководитель Росрыболовства Илья ШЕСТАКОВ.

## БОЛЬШЕ НЕ ДРАЙВЕР

Проблемы развития товарной аквакультуры обсуждались на совещании, организованном Росрыболовством 15 мая в поселке Ропша (Ленинградская область). В мероприятии участвовали представители Госдумы, Совета Федерации, Минсельхоза, Росрыболовства, Россельхознадзора и других федеральных органов власти, регионов, отраслевых объединений, ключевых предприятий сектора, Главрыбвода и научных учреждений.

Глава Росрыболовства Илья ШЕСТАКОВ отметил, что на протяжении десяти лет ежегодный прирост выращивания рыбы в стране составлял от 8% до 15%. Это позволило в 2,5 раза увеличить объемы производства продукции товарной аквакультуры: со 180 тыс. тонн в 2014 году до практически 400 тыс. тонн в 2023 году.

«Однако результаты 2024–2025 годов свидетельствуют об исчерпании тех положительных импульсов, которые двигали эту подотрасль», — заявил руководитель рыбного ведомства. По данным отраслевой статистики, в 2025 году в стране произведено всего 388 тыс. тонн товарной рыбы.

«Общероссийское производство объектов аквакультуры, к сожалению, вышло на плато», — констатировал Илья Шестаков, указав на хрупкость сектора. По его словам, любые негативные изменения, вроде погодных условий или экономических факторов, могут резко изменить восходящий тренд и помешать достижению поставленной в отраслевой стратегии цели: к 2030 году обеспечить производство 600 тыс. тонн продукции аквакультуры.

«Перед нами стоит задача в рамках обеспечения продовольственной безопасности страны сделать аквакультуру устойчиво развивающимся, технологичным направлением с прогнозируемыми показателями», — отметил глава федерального агентства.

При этом товарному рыбководству отводится важная роль в достижении поставленной президентом задачи — повысить к 2030 году потребление рыбной продукции в стране до рекомендован-

ной Минздравом нормы в 28 кг на человека, напомнил первый зампред комитета СФ по аграрно-продовольственной политике и природопользованию Игорь ЗУБАРЕВ. «Развитие аквакультуры является стратегически важным для насыщения внутреннего рынка доступной рыбной продукцией», — подчеркнул сенатор.

## ЗОНЫ УЯЗВИМОСТИ

По словам замруководителя Росрыболовства Василия СОКОЛОВА, несмотря на впечатляющий рост лососевого сектора на северо-западе страны, кардинальных изменений в товарном рыбководстве за последнее десятилетие не произошло. Особенно это касается карповых и растительноядных рыб. Из 2,5 тыс. предприятий аквакультуры только треть занимается индустриальным выращиванием.

«Более тысячи тонн у нас производит всего лишь небольшая процент предприятий. Свыше 50% хозяйств показывают объемы, которые фактически нерентабельны», — обратил внимание Василий Соколов. — Либо это неверная отчетность, либо что-то не так со статистикой».

В качестве примера он привел ситуацию с приморской марикультурой. «В Приморском крае мы наблюдаем, что большая часть акватории либо используется неэффективно, либо не используется, либо показывает отчеты только на бумаге. Сейчас по поручению Ильи Васильевича у нас работает рабочая группа. В конце мая мы подготовим финальный доклад на основе анализа ситуации», — предупредил замглавы федерального агентства.

На продуктивность российских рыбоводов влияет целый комплекс негативных факторов. В их числе — низкая конкурентоспособность отечественных разработок, слабое внедрение современных технологий, серьезное снижение рентабельности рыбоводных хозяйств, зависимость хозяйств от импорта оплодотворенной икры, нехватка эффективных ветпрепаратов и вакцин, высокие кредитные ставки, минимальное научное сопровождение.

Хотя вопрос с локализацией производства кормов для лососевых рыб — самого востребованного рынка объекта выращивания — во многом удалось решить, импорт рыбопосадочного материала по сравнению с 2021 годом вырос в несколько раз и составляет от 300 до 600 млн штук оплодотворенной икры в год. Причем к качеству этой икры у регулятора есть много претензий.

«У нас нет другого выхода, кроме как строительство селекционных центров. Это государственная задача, потому что зависимость здесь линейная. Нет селекционного центра — значит нет маточного стада — значит нет икры, нет икры для наших инкубаторов — значит проблема развития аквакультуры страны не до конца закрыта», — выразил мнение Игорь Зубарев, представляющий в Совете Федерации самый форелеводческий регион — Республику Карелию.

Определенные надежды карельские рыбоводы связывают с селекционно-племенным центром рыбоводства, который строится на базе Выгского рыбного завода Главрыбвода. «В зданиях уже проводятся работы по монтажу специализированного оборудования. Прогнозная мощность центра — получение и инкубирование живой икры до стадии глазка ежегодно в объеме 25 млн штук. Надеемся, что по завершении строительства проблема икры и маточного стада будет закрыта», — добавил сенатор.

При этом потенциал для развития аквакультуры на ближайшие годы по-прежнему имеется, считают в Росрыболовстве. Но для разных направлений рыбоводства эффективными будут разные стимулы. Например, в случае с карповыми — это переход к использованию рыбных кормов, высокопродуктивных пород и развитию переработки. Для моллюсков и водорослей — замена пастбищного выращивания индустриальным и прозрачная отчетность. Рецепт для лососеводства регулятор видит усиление мер ветеринарной безопасности и ускоренное замещение импортной икры.

## ВЗГЛЯД ИЗ РЕГИОНОВ

В ходе совещания представители регионов и бизнеса отмечали, что состояние отрасли в целом ухудшилось после усложнения доступа к льготным кредитам для сельхозпроизводителей — самой популярной мере господдержки у рыбоводов. Министр сельского и рыбного хозяйства Карелии Ольга ПАЛКИНА даже предложила сделать направление аквакультуры приоритетным для льготного кредитования — наравне с молочным животноводством и растениеводством, что позволило бы предприятиям вернуть доступ к финансам.

Совсем без поддержки государства рост производства в секторе невозможен, согласны и в соседней Мурманской области. По словам вице-губернатора Светланы ПАНФИЛОВОЙ, хорошим подспорьем для сектора стала бы компенсация части затрат на закупку отечественного крупного посадочного материала, быстрый трек для регистрации вакцин, более гибкие условия агрострахования и расширение программы субсидирования процентных ставок по оборотным кредитам.

Сахалинская область, руководство которой делает ставку на марикультуру, предложила урегулировать вопрос с расчетом объемов изъятия серого морского ежа при пастбищном рыбоводстве. В утвержденной Минсельхозом методике отсутствуют коэффициенты изъятия по ежу для Южно-Курильской зоны, рассказал министр по рыболовству региона Иван РАДЧЕНКО и попросил Росрыболовство дать поручение науке подготовить соответствующие изменения.

В Ассоциации «Росрыбхоз» напомнили о важности осуществлять профилактику заболеваний объектов культивирования. Минсельхоз ежегодно заключает контракты с рыбоводными хозяйствами на услуги по проведению противоэпизоотических мероприятий. В 2026 году этот процесс был начат, но затем приостановлен в связи с нехваткой бюджетного финансирования.

«Если в ближайшее время не принять управленческих ре-



Состояние отрасли в целом ухудшилось после усложнения доступа к льготным кредитам для сельхозпроизводителей — самой популярной мере господдержки у рыбоводов

шений по выделению средств на эти цели, то объем производства продукции товарной аквакультуры может снизиться на 6%», — предупредил зампреда правления ассоциации Юрий АВТОНОВ.

Еще одной проблемой, которая обострилась в последние годы, рыбоводы в самых разных регионах называют резкое увеличение численности рыбоядных птиц — больших бакланов, цапель и чаек. «Потери некоторых рыбоводных хозяйств от больших бакланов за сезон составляют по рыбопосадочному материалу от 40% до 60%. Действующее законодательство РФ не позволяет регулировать численность больших бакланов и принимать меры по предотвращению нанесения ущерба товарной аквакультуре», — обратил внимание зампреда правления Росрыбхоза.

Поскольку действующее законодательство не позволяет регулировать численность больших бакланов, ассоциация предложила изменить закон и перевести крылатых хищников в категорию охотничьих ресурсов.

Представители крупнейших лососеводческих и форелеводческих предприятий пожаловались на дороговизну отечественных рыбных кормов, что прямо влияет на экономику хозяйств. Аналогичные претензии есть и к локальному рыбопосадочному материалу. К тому же действующее таможенно-тарифное регулирование делает более привлекательным ввоз

из-за рубежа товарной рыбы, что оказывает ценовое давление на продукцию российских производителей и снижает их рентабельность.

По итогам обсуждения руководитель Росрыболовства предложил в июне провести серию региональных совещаний по отдельным направлениям аквакультуры и на их основе подготовить конкретные предложения в правительство, касающиеся и правовых вопросов, и ветеринарии, и субсидирования. С точки зрения ведомства, приоритетным направлением для предоставления субсидий должны стать инвестиции в технологическое развитие.

«В принципе какие-то деньги целевым образом мы можем выделить, но именно на инвестиционное развитие. Мы здесь на самом деле ничего не услышали про новый технологический уклад, нет новых технологических решений. Вот на них я бы выделил средства. Надо посмотреть, я думаю, что нам надо озадачить нашу государственную компанию», — отметил Илья Шестаков.

По его словам, важно активнее вовлекать в развитие аквакультуры регионы и даже ставить территориям конкретные задачи. В ведомстве также считают целесообразным объединение предприятий по выращиванию лососевых в ассоциацию и ждут со стороны бизнеса формирования запроса для постановки задач отраслевой науке.



ДАЛЬНЕВОСТОЧНАЯ РЫБОПРОМЫШЛЕННАЯ  
УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ



## Выбираем лучшие практики

НАШИ НАПРАВЛЕНИЯ:

**Добыча водных биоресурсов**

**Переработка**

**Транспортно-рефрижераторный  
флот**

**Портовая инфраструктура**

**Марикультура**

**ДРУК - надежный работодатель,  
надежный партнер**

Акционерное общество  
«Дальневосточная  
рыбопромышленная  
управляющая компания»

📍 115114, Россия, г. Москва,  
пер. 1-й Дербеневский, д. 5

✉ [aodruk@aodruk.ru](mailto:aodruk@aodruk.ru)

☎ +7 (4242) 30-09-99

☎ +7 (499) 518-88-00

На правах РЕКЛАМЫ



# Василий СОКОЛОВ: У аквакультуры большой потенциал развития

Аквакультура, о которой много говорят в последнее время, должна выйти на новый высокотехнологичный уровень развития, давать стабильный рост и прогнозируемые показатели вне зависимости от климатических и погодных условий. Такую задачу ставит перед отраслью регулятор.

Росрыболовство ищет возможности форсировать ее развитие. Нужно задействовать неиспользуемые или недоиспользуемые ресурсы, необходимы новые нетривиальные решения, востребованные бизнесом. В мае в поселке Ропша Ленинградской области состоялся своеобразный мозговой штурм — большое совещание по аквакультуре под председательством руководителя Росрыболовства Ильи ШЕСТАКОВА. Заместитель руководителя Федерального агентства по рыболовству Василий СОКОЛОВ рассказал Fishnews о нынешней ситуации в аквакультуре и факторах, которые способны поднять ее на новый уровень.



Василий СОКОЛОВ,  
заместитель руководителя  
Федерального агентства  
по рыболовству

## О СИТУАЦИИ

— **Василий Игоревич, аквакультура в России активно развивалась вплоть до 2023 года, когда был достигнут максимальный результат. Однако в 2024–2025 годах в отрасли наблюдается стагнация. Что изменилось с 2023 года?**

— Быстрое развитие началось с 2014–2015 годов. До этого объем производства аквакультуры составлял порядка 160–180 тыс. тонн в год. Но с 2015 года мы начали ежегодно прибавлять по 5–10%. Аквакультура стала одним из самых быстрорастущих секторов, наверное, не только в рыбохозяйственном комплексе, но и во всей экономике.

Это было связано с целым рядом объективных факторов. Одним из них стало вступление в силу с 1 января 2014 года нового федерального закона «Об аквакультуре...». Кроме того, в 2014–2016 годах вышли основные подзаконные акты, регламентирующие работу в этой сфере.

Государство в лице Росрыболовства и Минсельхоза стремится сделать отрасль максимально прозрачной и комфортной для бизнеса. Нововведения давали право фактически бессрочно пользоваться рыбоводными участками при выполнении необходимых требований.

Еще одним важным фактором, повлиявшим на развитие аквакультуры после 2014 года, стали недружественные действия ряда государств и контрсанкции, введенные правительством РФ. В результате на нашем рынке появилась свободная ниша, которую достаточно быстро занял российский бизнес.

В первую очередь это касается индустриального выращивания форели и семги. Нашим предпринимателям удалось в значительной степени заместить норвежскую продукцию и продукцию других недружественных государств.

Надо отметить, что санкции тогда были не такими жесткими, как сейчас, и на аквакультуру они не сильно распространялись. Однако в 2022 году санкционная политика недружествен-

ных стран резко ужесточилась. В том числе она распространилась на ряд направлений, связанных с аквакультурой. В частности, это поставки посадочного материала и рыбных кормов. С их нехваткой столкнулся целый ряд российских компаний.

— **Да, в этот период государство начало активно стимулировать импортозамещение посадочного материала и кормов. Почему в случае с кормами к настоящему времени вопрос в значительной мере решен, а с посадочным материалом — нет?**

— Нужно сказать, что Росрыболовство еще до этого момента неоднократно выступало с предложениями о развитии собственного кормопроизводства. Сдерживало отсутствие технологий и инертность бизнеса в части инвестирования.

Когда в 2022 году ситуация поменялась и компании понесли убытки, то бизнес отреагировал достаточно оперативно. Тем более что его поддержало государство, взяв на себя четверть капзатрат по введению в строй комбикормовых заводов. И к настоящему времени проблема кормов на повестке не стоит.

По нашим оценкам, в ближайшие несколько лет на российском рынке рыбных кормов будет достаточно жесткая конкуренция отечественных производителей. Необходимо будет искать выходы на внешние рынки.

К сожалению, подобного не произошло с посадочным материалом. В первую очередь это касается оплодотворенной икры лососевых, более конкретно — форели.

Для решения этой проблемы сейчас закладывается ряд питомников. В текущем году планируется ввод в эксплуатацию первой очереди селекционно-племенного центра в Карелии. Это большой проект, который реализуется полностью на государственные деньги.

В целом селекционно-племенная работа гораздо сложнее, чем решение проблемы с кормами. Нужны исследования, необходимо получить кроссы и породы. Все это требует времени.

Добавьте сюда проблему с большим неконтролируемым импортом оплодотворенной икры из разных стран. Мы вынуждены начать проработку вариантов ограничения или как минимум регулирования этого импорта. Потому что завозимая оплодотворенная икра бывает очень разного качества. И малек, который из нее получается, не всегда соответствует необходимым требованиям, что влечет серьезные ветеринарные риски.

Ветеринарные проблемы в том числе отразились на снижении объемов производства аквакультуры в 2024–2025 годах. Речь идет о Ленинградской области, Карелии. Отчасти Мурманской области — хотя в этом регионе объемы не снизились, но и не выросли настолько, насколько мы рассчитывали. Связано это было, во-первых, с некачественным посадочным материалом, а во-вторых, со сложными погодными условиями.

Думаю, что проблема с посадочным материалом будет еще влиять на отрасль несколько лет, пока мы не заместим этот импорт полностью.

— **На одном из последних заседаний Росрыбхоза звучала информация о сложностях с реализацией продукции из-за высокой цены, причем речь шла не только о лососевых видах, но и о прудовой рыбе. Какие меры по снижению себестоимости видят в ФАР?**

— Что касается традиционных для России объектов выращивания — карповых видов рыб, то здесь ситуация с точки зрения объемов производства в последние годы не особо меняется. Приrost есть, но незначительный.

Свою задачу мы видим в том, чтобы заинтересовать предприятия в переходе на интенсивное выращивание рыбы. К сожалению, со времен еще Советского Союза распространены экстенсивные методы: большие площади, меньше затрат. Условно говоря, кормят зерном, используют не самые высокопродуктивные кроссы и породы. Это негативно сказывается на эффективности работы этих хозяйств, а следовательно, и формирует высокую цену.

Еще одна наша задача — продвижение карповых. Если для семги и форели рынок может и дальше расти и развиваться, то по карповым спрос достаточно стабилен. Не так много у нас населения, которое ценит и любит такую рыбу.

Для продвижения необходимо в том числе развитие переработки этих объектов выращивания, получение таких продуктов, которые бы заинтересовали население.

Вот таковы наши цели, с учетом поставленной президентом России амбициозной задачи достичь уровня потребления рыбы 28 кг в год. Для этого нужно увеличить производство аквакультуры еще на 300–500 тыс. тонн. Получается, что мы производство уже удвоили начиная с 2014 года, а теперь нужно к 2030 году еще увеличить в полтора-два раза.

#### КУДА ДВИГАТЬСЯ

— В середине мая в Ленинградской области состоялось большое совещание по вопросам аквакультуры. Участники предложили различные меры для развития отрасли. Что из предложенного, на ваш взгляд, реалистично и эффективно? Чем займется Росрыболовство?

— Действительно, были предложения и не только от хозяйствующих субъектов. Мы, готовясь к совещанию, провели анализ и запланировали ряд инициатив, по которым в ближайшее время начнется работа.

После упомянутого вами Всероссийского совещания в Ропше руководитель Росрыболовства Илья ШЕСТАКОВ дал поручение провести региональные совещания для конкретизации направлений. В ближайшее время планируем начать с Северо-Запада — это Карелия и Ленинградская область, где сейчас проблемы и ветеринарного характера, и с обеспечением посадочным материалом. И накопленные экологические проблемы там тоже есть, с ними надо очень детально разбираться.

В этой части уже есть предложения от бизнеса. Он начал понимать, что наши призывы

в области ветеринарной безопасности имеют под собой серьезную основу. Речь, например, идет о том, что не следует строить предприятия хаотично, необходимо иметь санитарные зоны. Чтобы когда рыба в одном хозяйстве заболит, то она не заражала бы рыбу соседних хозяйств.

Наша инициатива, полностью поддержанная бизнесом, касается необходимости поменять ветеринарные правила. Действующие правила подходят к шестилетнему сроку, соот-



Руководитель Росрыболовства Илья ШЕСТАКОВ многократно подчеркивал значимость аквакультуры для страны.

«Перед нами стоит задача в рамках обеспечения продовольственной безопасности страны сделать аквакультуру устойчиво развивающимся, технологичным направлением с прогнозируемыми показателями», — отметил он.

ответственно, должны быть переизданы. Мы планируем внести ряд нововведений. Есть среди них ужесточающие, то есть направленные на повышение ветеринарной безопасности, есть облегчающие, которые позволят бизнесу выйти из тени.

Например, по нынешним правилам, если у предприятия болеет рыба, оно должно уйти на карантин. Фактически это прекращение бизнеса. Однако зачастую предприятия имеют не один участок, а несколько. Эти участки могут находиться на разных водоемах. Выявленная болезнь на одном участке абсолютно не означает, что заражены остальные. Конечно, нужно провести обследование, но не ставить сразу на карантин все предприятие.

Из-за этой проблемы бизнес старается, насколько возможно,

скрывать заражения. В результате у нас нет сигналов о ветеринарной угрозе, а болезнь тем временем может перекинуться и на «здоровые» хозяйства. Мы намерены внести изменения, чтобы бизнесу незачем было скрывать «болячки».

#### — Какие еще инициативы исходят от Росрыболовства?

— Нами уже начата работа по внесению изменений в закон «Об аквакультуре...» в части возможности изменения границ рыбоводных участков. Как это

выглядит сейчас? Бизнес направляет свои предложения по границам РВУ. Далее сформированные участки выставляются на аукционы. Аукционы — это наиболее прозрачная система распределения, тем более что в целом ряде регионов они проходят в электронном виде.

Сложность в том, что бизнес, который соревнуется на торгах, иногда не совсем понимает, что он покупает. В этом заложена определенная ловушка, которая сейчас дает о себе знать. Некоторые участки, которые ранее были распределены по результатам аукционов, оказались неэффективными, плохо пригодными для выращивания рыбы.

Зачастую с течением времени меняются сами водоемы, в результате чего некоторые участки по прошествии 10–12

лет оказываются не совсем благоприятными для выращивания. С другой стороны, где-то были изначально допущены ошибки при их формировании.

Для повышения эффективности хозяйств целесообразно дать им возможность менять границы участков, сохраняя при этом общую площадь. Бизнес эту инициативу активно поддерживает, так что будем совместными усилиями стараться внести соответствующие изменения в закон.

## **ПОВЫСИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ**

**— То есть Всероссийское совещание было в большой степени посвящено эффективности хозяйств?**

— Да, мы проводим анализ этой темы. В России полмиллиона гектаров закреплено в виде рыбоводных участков, и зачастую эти акватории не используются или используются недостаточно продуктивно. Такие хозяйства надо выявлять и устанавливать причины: то ли имеет место нежелание работать, то ли есть какие-то объективные обстоятельства. И начинать претензионную работу, если это именно неэффективное управление.

В том числе мы делали такой анализ по федеральным округам. Самый большой водный фонд закреплен в Дальневосточном федеральном округе, но при этом мы не видим соответствующего объема продукции. Очень низкие показатели эффективности в Сибирском и Уральском федеральных округах. Наиболее высокие — в Северо-Западном и Южном федеральных округах, где распространены индустриальные производства.

Большое внимание уделили анализу малого предпринимательства. У нас интересная статистика по объемам производства. Оказалось, что выращивают более 1000 тонн в год менее 1% хозяйств. Это очень низкий показатель. При этом порядка половины хозяйств выращивает менее 10 тонн в год. Либо это крайне неэффективные хозяйства, либо они не показывают реальные объемы выращивания: рыба реализуется

всерею и не попадает в официальную статистику. Мы также намерены выявлять такие хозяйства.

Мы хотим, чтобы у нас была прозрачная система, тогда мы сможем, например, нормально внедрять систему страхования в аквакультуре. Сейчас, несмотря на наличие профильного закона и существующие меры господдержки страхования в аквакультуре, страховщики крайне неохотно работают в этой сфере. Зачастую завышают свои требования, потому что не понимают эту отрасль, не понимают ее учет и риски.

Поэтому руководитель Росрыболовства Илья Шестаков дал поручение начать сначала техническую, а затем и законодательную проработку введения электронного журнала рыбовода. Чтобы у нас появилась прозрачная система, которую видели бы и предприятия, и субъекты Федерации, и Минсельхоз, и Росрыболовство. Это способствует и формированию адресных мер поддержки, и развитию страхования.

Отдельно хотел сказать про проработку вопроса инвестиционных кейсов при торгах в аквакультуре. Такой подход показывает достаточно высокую эффективность в ряде государств, например в Турции. Это когда предприниматель, получив в аренду воду и, возможно, участок земли, принимает на себя понятные инвестиционные обязательства.

**— Это такой аналог инвестквот в рыбоводстве?**

— Можно сказать, аналог инвестквот, только в этом случае инвестор под свой проект получит не доли квот, а воду и землю. Хотим посмотреть, как это можно сделать, ни у кого ничего не забирая. Это позволит в определенной степени сформировать рынок. Сейчас получил воду — и делай что хочешь. А при таком подходе нужно будет формировать стратегию инвестиций.

Также на совещании большое внимание было уделено науке. Ученым следует сейчас больше внимания уделять аквакультуре, чтобы мы могли реализовать имеющийся боль-

шой потенциал. У нас большие перспективы в холодноводной аквакультуре, однако мы этот потенциал пока еще не в полной мере используем. Необходимы разработки и современных технологий выращивания, и гибридов, и продвижения продукции на внутреннем рынке.

Сейчас у нас в высокой степени готовности программа по водорослям. Конечно, водорослевая программа не только об аквакультуре, тут и промысел, и переработка, и продвижение. К сожалению, при наличии больших природных ресурсов и возможностей к разведению, это направление у нас пока не получило необходимого внимания.

Затрагивали также на совещании необходимость консолидации и более энергичной работы отраслевого бизнес-сообщества. Ждем, что и Росрыбхоз, и остальные ассоциации будут активнее работать с госорганами, давать свои предложения по нормативно-правовой базе, более детально рассказывать о своих проблемах. И уже потом вместе с нами рассматривать необходимые меры и регулирования, и поддержки.

**— Решается ли проблема с расхождением отчетных данных об объеме выращивания и объеме реализации продукции марикультуры на Дальнем Востоке?**

— Да, она решается. У нас уже почти год действует рабочая группа. Она провела всестороннюю оценку работы рыбоводных участков на Дальнем Востоке. Увидели ожидаемое, например, порядка 15–20% участков не работает вообще.

Часть компаний явно занимается подтасовкой, скажем так, «выращиванием на бумаге». В ближайшее время планируем подвести итоги проделанной работы, представить руководителю Росрыболовства финальный доклад и принимать решения. Где-то пойдем на расторжение договоров. Где-то будем собирать бизнес и работать с ним, чтобы предприниматели активнее использовали современные достижения науки. Наша задача — превратить эти «бумажные объемы выращивания» в реальную продукцию для граждан.



# 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

# Игорь ИВЛЕВ: Наша задача — системная модернизация морских терминалов

В периметр Дальневосточной рыбопромышленной управляющей компании, созданной государством для управления активами в рыбной отрасли, вошли не только добыча, переработка и аквакультура, но и портовое хозяйство. Эта инфраструктура должна быть встроена в систему решения общей задачи ДРУК — повышать отдачу для страны от использования водных биоресурсов, отмечает первый заместитель генерального директора компании Игорь ИВЛЕВ. В интервью журналу Fishnews он подробно рассказал о портовых объектах и работе с ними.



Игорь ИВЛЕВ,  
первый заместитель  
генерального директора  
Дальневосточной  
рыбопромышленной  
управляющей компании



— **Игорь Викторович, прежде всего расскажите, какая портовая инфраструктура сейчас есть в распоряжении ДРУК, где она располагается?**

— Сегодня в контуре ДРУК сосредоточена достаточно серьезная портово-логистическая инфраструктура на Дальнем Востоке. Речь идет не столько о причалах как таковых, сколько о комплексной системе обслуживания рыбопромыслового флота — от швартовки и снабжения до перевалки и хранения продукции.

В составе компании находятся терминалы и производственные площадки, расположенные в Приморье, Сахалинской области и Хабаровском крае, — в общей сложности 6 терминалов. Среди них — объекты во Владивостоке, Невельске, Зарубино, Николаевске-на-Амуре и других точках, традиционно связанных с рыбной отраслью. Портовая инфраструктура включает в себя гидротехнические сооружения, холодильные мощности, промышленные объекты рыбопереработки, элементы судоремонта, а также береговую инфраструктуру для обслуживания флота.

Для нас важно, что все это исторически создавалось именно под нужды рыбохозяйственного комплекса, а значит, вся инфраструктура имеет правильную специализацию и хорошую интеграцию с промыслом.

— **Объекты находятся в распоряжении ДРУК?**

— На данный момент мы говорим пока об управлении. Но к концу текущего — началу будущего года, когда завершится передача долей квот компаний, вошедших в наш холдинг, часть объектов войдет в уставной капитал ДРУК.

— **Но не все терминалы?**

— В Невельске действующая портовая инфраструктура арендуется у Нацрыбресурса: у нас договор на длительный срок, тем не менее это арендные обязательства. С пристанями в Корсакове та же история, только договор аренды заключается с Министерством обороны и не на 10–15 лет, как с Нацрыбресурсом, а всего на 3–5 лет. Разница в сроках существенная, с учетом

этого будет планироваться и работа с этими объектами.

— **Имущество передавалось ДРУК в высокой степени износа. Проводились исследования на предмет ее достоверной оценки для формирования инвестиционных мероприятий по модернизации инфраструктуры. На какой стадии сейчас эти работы?**

— Действительно, значительная часть инфраструктуры требует серьезного обновления. Практически все объекты выработали предельный срок эксплуатации или подошли к его завершению. Но это объективная ситуация для многих портовых и гидротехнических объектов Дальнего Востока, особенно тех, которые десятилетиями эксплуатировались в сложных климатических условиях с минимальными вложениями в обновление.

Нам предстоит большая работа. В текущем году компания выделила значительные средства на комплексные инженерные обследования причальных сооружений в морских портах Невельск, Корсаков, Владивосток, Николаевск-на-Амуре. В настоящий момент заканчиваются конкурентные процедуры, и с компаниями — победителями конкурсов будут заключены договоры на проведение работ.

Сделать выводы и сформировать первоочередные инвестиционные мероприятия мы сможем после анализа полученных данных о техническом состоянии причального фонда.

— **Есть сложные объекты?**

— Скажем так, объекты нам достались в разном состоянии, есть и не в очень хорошем. Например, состояние 44-го причала в центре Владивостока вызывает много вопросов. Сейчас оцениваем, можно ли его использовать по назначению и какой ремонт там целесообразно проводить. В Николаевске-на-Амуре тоже ситуация непростая.

Мы не рассматриваем инвестиции как «ремонт ради ремонта». Наша задача не просто латать инфраструктуру, а переходить к системной модернизации. В первую очередь необходимо обеспечить безопасную эксплуатацию, увеличить про-

пускную способность, а также снизить издержки на обслуживаемый флот.

Должна быть создана современная инфраструктура, которая позволит решать ряд важных задач. Среди них — снижение логистических издержек, обеспечение стабильной поставки продукции и увеличение глубины переработки водных биоресурсов.

Ведь в комплексе все это отвечает нашим глобальным целям — способствовать формированию устойчивой береговой экономики в прибрежных регионах.

Параллельно идет работа по формированию долгосрочной инвестиционной программы. В таких проектах важно действовать поэтапно и опираться на реальные производственные потребности, а не только на формальные показатели износа.

— **А насколько закрыты вопросы по флоту и кадрам? В 2025 году это было на первом плане для ДРУК.**

— Да, в прошлом году все усилия и значительная часть денежных средств компании были направлены на восстановление судов рыбопромыслового флота и приобретение квот на вылов. И нам действительно удалось сделать многое: из 40 переданных ДРУК судов 20 сегодня ведут промысел. Нам удалось преодолеть некоторое недоверие людей — естественную реакцию, возникшую на первом этапе работы в новых условиях, удалось убедить их, настроить на рабочий лад. В ДРУК я курирую в том числе и вопрос кадров, и на всех совещаниях именно поиск и привлечение специалистов обсуждаются у нас в первую очередь.

К сожалению, сегодня очень трудно найти хороших специалистов, готовых к тяжелому труду в море. Но мы серьезно работаем в этом направлении, кадровая политика — самая важная, ведь без людей ни судно в море не выйдет, ни причал не построишь.

Мы берем на вооружение положительный опыт, знакомимся с рынком, с приемами работы. Например, компания РК «Восток-1», перешедшая в структуру ДРУК в этом году, уже давно привлекает к работе на судах индонезийских моряков.



В составе Дальневосточной рыбопромышленной управляющей компании находятся терминалы и производственные площадки, расположенные в Приморье, Сахалинской области и Хабаровском крае, — в общей сложности 6 терминалов. Среди них — объекты во Владивостоке, Невельске, Зарубино, Николаевске-на-Амуре и других точках, традиционно связанных с рыбной отраслью

Это приемлемо и для нас: мы никуда не денемся от проблемы кадрового голода, а если у рыбаков система уже выстроена, то она должна работать и дальше. В итоге сегодня из 15 судов «Востока-1» часть уже вышла в море.

— Возвращаясь к портовой сфере, стоит отметить, что гидротехнические сооружения — инфраструктура непростая, требующая больших вложений и грамотного управления. Надо, чтобы все это эффективно работало и в случае ДРУК не только приносило доход, но и обеспечивало реализацию задач продовольственной безопасности страны, системного развития территорий. Как в компании видят перспективы использования и развития имеющейся в распоряжении портовой инфраструктуры?

— Мы рассматриваем портовую инфраструктуру как стратегический элемент всей рыбохозяйственной системы. Без устойчивой береговой инфраструктуры невозможно эффективно развивать ни промысел, ни переработку, ни логистику.

Тут либо ты всю жизнь работаешь на развитие иностранных портов, обслуживая свои суда за рубежом, и полностью зависишь от них. Либо мы меняем ситуацию кардинально.

Основная перспектива для ДРУК — создание современных рыбных терминалов полного цикла. Это обслуживание флота, хранение, переработка, перегрузка и логистика продукции в единой цепочке.

Кроме того, мы видим большой потенциал в развитии сервисной составляющей: снабжение флота, судоремонт, холодильные мощности, работа с транспортными рефрижераторами. Сегодня на Дальнем Востоке есть очевидный запрос на инфраструктуру, которая сможет работать стабильно, прозрачно и с долгосрочным горизонтом планирования.

Отдельное направление — цифровизация портовой деятельности и повышение эффективности управления активами. В отрасли это уже становится не просто трендом, а необходимостью.

В сложившейся ситуации особенно важно то, что государство

впервые за долгое время получает возможность не фрагментарно регулировать отрасль, а управлять инфраструктурой как единым производственным комплексом.

— Понятно, что любая инфраструктура используется обычно комплексно, но насколько портовое имущество ДРУК будет заточено под нужды рыбной отрасли?

— Безусловно, базовая специализация — рыбохозяйственный комплекс. Именно под него исторически создавалась значительная часть этих объектов.

Но современная экономика требует гибкости. Там, где это не противоречит основным задачам, инфраструктура может использоваться и шире — для каботажных перевозок, логистики, хранения, обслуживания смежных отраслей.

Главное — сохранить профиль и обеспечить приоритетную работу рыбной отрасли. Для ДРУК это принципиальная задача.

— Насколько значимую роль портовая составляющая играет в системе всей компании? Какие планы ДРУК связывает с работой морских терминалов? Собирается ли компания отдавать это хозяйство в аренду?

— Портовая составляющая — один из ключевых элементов всей деятельности ДРУК. Без собственной инфраструктуры невозможно обеспечить устойчивость всей цепочки — от вылова до поставки продукции потребителю.

Поэтому наша задача не просто владеть активами, а обеспечивать их полноценную загрузку и эффективную эксплуатацию.

Что касается аренды, здесь подход будет прагматичный: там, где партнерство с профессиональными операторами дает экономический эффект и помогает развитию инфраструктуры, такие модели возможны. Но стратегически важные объекты, особенно связанные с обеспечением рыбопромыслового флота и продовольственной безопасности, должны оставаться под контролем компании.

Речь идет именно о создании устойчивой государственной инфраструктурной модели, а не о краткосрочном получении дохода.

— Игорь Викторович, у вас есть опыт руководства ФГУП «Нацрыбресурс», деятельность которого как раз включает комплексное обслуживание судов рыбопромыслового флота в рыбных терминалах морских портов, обслуживание гидротехнических сооружений и судов портофлота, закрепленных за предприятием. В 2014 году в интервью нашему изданию вы комментировали планы учреждения, отмечая, что поменяется сам подход к ведению хозяйственной деятельности. Насколько изменились условия работы в сфере портового хозяйства за 10 лет? Применим ли опыт, полученный в «Нацрыбресурсе», сейчас?

— Когда мы общались с вами в прошлый раз, были лишь первые попытки комплексного использования инфраструктуры, которая имела в портах. За последние 10 лет отрасль серьезно изменилась. Изменились требования к безопасности, прозрачности работы. В разы повысилась эффективность использования федерального имущества. Это то, что действительно вижу я и подтверждают мои коллеги.

Кроме того, значительно выросли требования со стороны бизнеса к скорости обслуживания флота и качеству инфраструктуры. Уже недостаточно просто иметь причал — нужен полноценный сервисный комплекс.

Конечно, опыт, полученный в «Нацрыбресурсе», сегодня востребован. Прежде всего понимание специфики работы рыбных терминалов, обслуживания гидротехнических сооружений и всей логики работы рыбопромыслового флота.

Но сейчас задачи стоят уже шире. Речь идет не только об эксплуатации причальной ФГУП — основного актива ФГУП «Нацрыбресурс», а о создании вертикально интегрированной рыбопромышленной компании с современной производственно-логистической инфраструктурой и с долгосрочным горизонтом планирования и развития.

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



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 переоборудования 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  
Т./ф: 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.: (8251) 468-2596; Fax: (8251) 468-2597  
E-mail: npkpbusan@hotmail.com,  
declickorea@gmail.com  
Mob.: (82) 10 2326 2596, (82) 10-3596-2572

**Китай**  
Zhoushan Polytest Ship Technology Co., Ltd.  
r. 202, Zone D, Building 7, No. 19 Maolingdun,  
Changguo Str., Dinghai District, Zhoushan city,  
Zhejiang Province. Post code: 316000  
Tel: (+86)152-5356-3646, (+86)198-8400-4339  
E-mail: kim\_boris@inbox.ru,  
kimmiru13@gmail.com

На правах рекламы



Александр КВАША,  
руководитель  
отдела по закупкам  
на внутреннем  
рынке компании  
«Мореодор»



# Александр КВАША: Рыба и морепродукты — одна из самых интересных категорий

Российский рынок рыбной продукции — это множество позиций. Ежедневно компании на всех участках товаропроводящей цепи работают, чтобы рыба и морепродукты попали в магазины и на рынки, в кафе и рестораны.

Какую роль в закупках и оптовой реализации играет аналитическая составляющая? Какие морепродукты наиболее популярны среди россиян и что может помочь развитию рыбного потребления? Об этом в интервью журналу Fishnews рассказал руководитель отдела по закупкам на внутреннем рынке компании «Мореодор» Александр КВАША.

— Александр, как вы пришли работать в «рыбу» и как давно в этой сфере? Что входит в зону ответственности вашего отдела?

— Я родился на Камчатке — в рыбном регионе, это уже о многом говорит. Высшее образование получил в Москве. Строить карьеру начинал в крупных международных компаниях, дальше был период работы в государственных структурах. Развивал свой розничный рыбный бизнес. Затем пришел под проект в «Мореодор» и сейчас продолжаю активно развиваться в компании как руководитель отдела по закупкам на внутреннем рынке. В рыбной отрасли я работаю уже более десяти лет.

Рыба и морепродукты, на мой взгляд, одна из самых сложных и интересных категорий в сфере продуктов питания.

Зона ответственности моего отдела — полный цикл обеспечения компании российской рыбой и морепродуктами в рамках нашей ассортиментной матрицы. Мы работаем с рыбопромышленными компаниями (с флотом и береговыми предприятиями), занимаемся закупками рыбы и морепродуктов — в первую очередь на Дальнем Востоке. В нашей компетенции — ценообразование, контрактная политика, управление товарными запасами. И конечно, отдельно стоит сказать об аналитике глобального рынка, российского рынка и рынка по отдельным видам рыбы и морепродуктов. На основе больших данных мы также занимаемся прогнозированием.

— То есть в зоне вашего внимания все вопросы, которые связаны с закупками отечественной рыбы и морепродуктов? А дальше они уже реализуются по разным каналам.

— Да, все верно. Мы ищем возможности для закупок на внутреннем рынке: анализируем и прогнозируем ценообразование и далее уже приобретаем продукцию у рыбаков. Затем занимаемся вопросами стратегии продаж в рамках отдельных каналов сбыта. То есть это полноценная коммерческая работа.

— Нередко приходится слышать, что рыбная отрасль очень динамичная, в ней постоянно происходят всевозможные изменения. Можно ли, на ваш взгляд, так охарактеризовать рыбный рынок?

— Я бы сказал, что рыбный рынок — вообще один из самых динамичных среди всех продовольственных рынков. И зачастую развитие ситуации на нем достаточно трудно прогнозировать. Как пример могу привести «ценовое ралли», которое мы в этом году наблюдали по минтаю и филе минтая. Никто не мог предположить, что цена на минтай вырастет до такого уровня.

Если говорить о динамике рыбного рынка, то здесь, как я уже отмечал, переплетается множество факторов, среди них — сезонность вылова, различные природные ограничения, погодные условия. Влияние на ситуацию оказывает и конъюнктура экспортных рынков, прежде всего азиатских, которые закупают у России достаточно большие объемы рыбной продукции. Также отмечу валютные колебания. И конечно, важную роль играет логистическая составляющая. Стоимость логистики достаточно сильно меняется и занимает существенную и растущую долю в стоимости продукции, которую мы получаем на наши склады.

— Компании, занимающиеся закупками и продажей рыбы и морепродуктов, большое внимание уделяют аналитике. Какое место аналитическая составляющая занимает в работе вашего отдела? Привлекаете ли современные технологии, искусственный интеллект?

— Аналитика — это основа всех решений в наших закупках. У нас команда опытных квалифицированных аналитиков, которые работают с данными, накопленными более чем за 15 лет деятельности компании. Мы ежедневно анализируем цены рынка по разным товарным категориям, стоимости логистических услуг как в оптовом звене, так и в других каналах сбыта, чтобы лучше понимать структуру себестоимости продукции. Изучаем информацию о вылове по ключевым видам рыбы и морепродуктов, анализируем экспортные потоки, спрос на азиатских рынках. Безусловно, всегда принимаем во



внимание наши складские остатки, чтобы балансировать между товарным запасом и прогнозируемым спросом.

Отдельный блок в нашей работе — прогнозирование. Мы стараемся не просто фиксировать текущую ситуацию, а понимать, где рынок будет через несколько месяцев. Иногда, если говорить о каком-то сезонном товаре, делаем прогноз и на более длительный период. Понимая, что будет наблюдаться сезонный дефицит определенной позиции, мы можем делать достаточно крупные закупки, чтобы гарантировать наличие товарных запасов для наших клиентов на протяжении длительного периода времени.

Что касается искусственного интеллекта, то, безусловно, мы используем его в определенной аналитической работе. Но критично подходим к получаемой таким образом информации, никогда не руководствуемся только ей: это просто еще один источник данных. Искусственный интеллект применяется в рамках работы с документооборотом по определенным бизнес-процессам.

Если подытожить ответ на ваш вопрос, то именно качественная аналитика дает нам возможность заходить в закупки в правильной точке и формировать конкурентное предложение по разным каналам сбыта для наших клиентов.

**— Понятно, что в российском рыболовстве есть виды водных биоресурсов, ход промысла и состояние запасов которых вызывают повышенный интерес. За какими объектами добычи следите с наибольшим вниманием вы?**

— Мы занимаемся всей товарной категорией белорыбцы Дальнего Востока: основные — это минтай, треска, навага, камбалы, сельдь. Работаем со всем ассортиментом тихоокеанских лососей, угольной рыбой и палтусами. Отмечу и активную работу по командорскому кальмару: наша компания — один из крупнейших трейдеров в стране по этой позиции.

**— В апреле вы участвовали во второй встрече Рыбного клуба в Москве. Какие тенденции выделили бы по итогам обсуждения?**

— Я, во-первых, хочу отметить полезность этого мероприятия. «Мореодор» активно участвует во всех встречах Рыбного клуба: были и в Москве, и во Владивостоке. Это прекрасная возможность встретиться со всеми участниками рынка — с профессионалами, первыми лицами компаний рыбной промышленности, логистики, ритейла, ресторанного бизнеса.

Если говорить про ключевые темы, которые я для себя отметил, то, безусловно, это увеличение интереса к продуктам с добавленной стоимостью — рост рынка полуфабрикатов, готовой еды с рыбой и морепродуктами. Мы это видим по спросу в торговых сетях. Активно развивается рыбное меню в сегменте HoReCa, что не может не радовать.

Структура спроса постепенно меняется: потребитель от рыбы неразделанной, потрошеной без головы переходит к более удобным форматам и видам разделки (филе, полуфабрикаты, полуготовые блюда). Особенно это характерно для крупных городов. У людей не так много времени, для того чтобы готовить.

При этом перед отраслью остаются такие системные вызовы, как удорожание логистики, увеличение ее доли в структуре себестоимости продукции; чувствительность конечного потребителя к росту цен на рыбу и морепродукты на полках торговых сетей. Важно всем участникам рынка работать над развитием культуры потребления рыбы в России. Мы достаточно

активно занимаемся маркетингом в этом направлении: снимаем ролики и размещаем их на своих каналах на видеохостингах, популяризируя таким образом приготовление и потребление рыбной продукции. Это и импортные позиции, и российские рыба и морепродукты. Ведем подкаст «Рыбные люди» на «Яндекс.Музыке»: доступно для широкой аудитории рассказываем о категории, чтобы люди понимали, что они едят и чем полезна та или иная рыба.

Хотелось бы еще отметить необходимость создания крупной федеральной программы по продвижению рыбы и морепродуктов, так как осведомленность потребителей об этих составляющих рациона, на мой взгляд, достаточно низкая. Важно продвигать рыбу и морепродукты. Например, вводить «рыбные дни» в государственных структурах, прежде всего — в образовательных учреждениях. Это поможет наращивать потребление, как это и предусмотрено поручением президента.

**— Но, конечно, важно, чтобы в школах и детских садах предлагались по-настоящему вкусные блюда, которые «влюблили» бы подрастающее поколение в рыбу.**

— Безусловно.

Если вернуться к Рыбному клубу, то в кулуарах участники рынка отмечают затянувшийся кризис идей в отрасли. R&D отделы в разных компаниях работают над тем, чтобы найти идеи для производства новых интересных продуктов, в том числе таких, которые привлекут молодую аудиторию. Но говорить о том, что удалось отыскать какое-то звездное решение, вызывающее взрывной спрос, пока рано. Посмотрим, что предложат в ближайшие годы R&D департаменты ведущих компаний по производству продукции для конечного потребителя.

Причем мы были некоторое время назад на крупнейшей в мире рыбопромышленной выставке в Барселоне. Там были представлены компании со всего мира. Есть новые способы разделки привычных нам видов рыбы и морепродуктов, новые, более удобные, виды упаковки. Также мы увидели рост предложений по Ready-to-Eat и

Ready-to-Cook продуктам. Но каких-то ярких новинок мы не увидели.

— **Рыбная полка — это не только рыба, но и морепродукты. Какие позиции, на ваш взгляд, здесь наиболее популярны в России? Креветки, мидии, что-то еще?**

— Если говорить о морепродуктах, то безусловный лидер — это креветки. Это самый понятный и, наверное, универсальный продукт для потребителя. Креветки активно представлены как в рознице, так и в сегменте HoReCa — в разных видах и блюдах: в супах, салатах, гриль, во вторых блюдах и т.д.

Далее могу выделить мидии. На мой взгляд, у этой позиции еще огромный потенциал для увеличения продаж. Мы видим мидию в различных морских коктейлях, пресервах, продается она и просто в варено-мороженом виде. Активно развиваются ресторанные сети, основа меню которых — вареная мидия, приготовленная с различными соусами. Это продукт, который отлично сочетается с бокалом белого вина, и его приятно есть в большой компании.

Нельзя не сказать о кальмаре. Это традиционно сильная позиция на российском рынке. Кальмар всем известен, все знают, как его готовить. И конечно же, кольца, кальмар во фритюре, панировке, в составе разных морских коктейлей, плова с морепродуктами и других блюд.

Стоит отметить и краб. Это более премиальный сегмент, но он стал гораздо более доступен для российских потребителей, чем в прошлые годы. Сейчас на внутреннем рынке достаточно большое предложение по разным видам крабов. Наша компания также занимается продажей крабов в разные каналы сбыта. И все остальные позиции, которые я перечислил, в нашей ассортиментной матрице есть — в разных навесках, размерах, видах, из разных стран. По морепродуктам у нас достаточно большой ассортимент, мы — одни из лидеров по оптовому предложению морепродуктов в стране.

— **Много слышала от участников рынка о популярности креветки среди российских потребителей. Как давно, на ваш взгляд, это стало трендом?**

— Давайте разделим креветок на две категории: тепловодные и холодноводные. Среди холодноводных у нас самый распространенный вид — *Pandalus borealis*, или северная креветка. Она добывается в наших водах, и в основном, конечно, это Мурманское направление. На Дальнем Востоке, к сожалению, объемы вылова кратно снизились. Но в Дальневосточном бассейне есть локальные прекрасные виды креветок, такие как гребенчатая,

ваннамай очень активно используют прежде всего в сегменте HoReCa.

Производители предлагают разные виды разделки этой креветки: с головой и без головы, очищенную без панциря. Наша компания также продвигает и новые виды разделки креветки. Креветка-«бабочка» у нас появилась не так давно. И наши клиенты, закупившие образцы этой продукции, возвращаются за ней, потому что этот формат очень удобен для приготовления. Такую креветку не надо чистить, ее достаточно разморозить, промыть и можно пожарить на гриле или сковороде с приправами и соусами. Это все очень быстро и вкусно.

— **Вы упомянули рост доступности краба. Речь идет о рознице или о HoReCa?**

— Мы видим результат программы квот под инвестиции. За несколько лет появились новые суда, которые более эффективно ведут промысел краба и доставляют его в живом либо уже переработанном виде в порт выгрузки. Мы видим более широкую полку в торговых сетях по крабу. Также во всех рыбных ресторанах, наверное, есть блюда из краба, и это заведение разного ценового сегмента.

— **Как вы считаете, внимание к развитию российского рынка рыбопродукции в последние годы стало больше? Я говорю и о бизнесе, и о госструктурах.**

— Безусловно, внимание выросло и со стороны бизнеса, и со стороны государства. Действуют программы поддержки переработки, мы видим развитие инфраструктуры — флота, портовых объектов. Мы видим попытки государства стимулировать внутреннее потребление через рыбные фестивали, открытие рыбных рынков, маркетинговые решения, рекламу и т.д. Видим активность Агентства по продвижению рыбной продукции. Хорошо, что такая организация Росрыболовством создана. Будем надеяться, что деятельность агентства в ближайшее время принесет свои результаты.

**Развитие потребления в стране — достаточно долгий процесс. Невозможно быстро изменить потребительские привычки, которые формировались в нашей стране десятилетиями. Стоит признать, что исторически рыба не всегда была базовым продуктом в нашем рационе.**

шримсы, чилим. Они очень популярны на локальном дальневосточном рынке и в азиатских странах.

На мой взгляд, отечественный потребитель достаточно давно хорошо знает холодноводную креветку. Но стоит отметить активный рост потребления в нашей стране тепловодных креветок. Это прежде всего креветка ваннамай, которая импортируется к нам из разных стран. Она очень технологична. Кроме того, прекрасно впитывает вкус соусов, супов, то есть отлично гармонирует с другими ингредиентами блюд. Поэтому креветку



▲  
Александр КВАША: Рыба и морепродукты, на мой взгляд, одна из самых сложных и интересных категорий в сфере продуктов питания

Бизнес, в свою очередь, стал больше инвестировать в продукт, в его разработку, упаковку, маркетинг. Происходит постоянное обновление рыбной полки. Продукт может быть тот же, но в другой подаче, упаковке. Важно понимать, что развитие потребления в стране — достаточно долгий процесс. Невозможно быстро изменить потребительские привычки, которые формировались в нашей стране десятилетиями. Стоит признать, что исторически рыба не всегда была базовым продуктом в нашем рационе.

— **Решение каких вопросов, по вашему мнению, важно для развития рыбного потребления в стране? Что нужно делать, чтобы россияне ели рыбу и морепродукты больше и чаще?**

— Выделил бы несколько ключевых направлений. Во-первых,

доступность продукта. В моем понимании, это прежде всего ширина рыбной полки в торговых сетях, магазинах у дома, специализированной торговле, в сегменте HoReCa. И рыба, на мой взгляд, не может стоить дешево, потому что в текущих условиях себестоимость производства рыбопродукции достаточно высока. Основная проблема — высокая ключевая ставка, которая не дает развиваться ни рыбопромышленным предприятиям, ни трейдерам, ни логистическим компаниям, то есть всем участникам товаропроводящей цепи.

Во-вторых, нужно отметить удобство. Сегодня потребитель выбирает продукты, которые легко готовить. Поэтому развитие переработки рыбы, производства полуфабрикатов и готовых блюд крайне важно.

В-третьих, необходимо выделить качество и стабильность. Для развития потребления очень

важно, чтобы рыбная продукция была качественной: продукт должен отвечать представлениям покупателя о внешнем виде, вкусе и качестве и вызывать желание возвращаться за ним снова и снова. Таким образом развиваются потребительские привычки.

Покупатель должен быть уверен, что будет получать качественный продукт регулярно. Несмотря на то, что вылов рыбы может быть сезонным. Мы как трейдеры как раз обеспечиваем наличие продукта в течение всего года для всех каналов дальнейшего сбыта.

И четвертый пункт — это все-таки популяризация рыбы и морепродуктов. Мы все, как участники рынка, должны работать над популяризацией и над культурой потребления. Объяснять, чем полезна рыба, как ее выбирать и готовить, и формировать большой ассортимент для всех каналов сбыта.



Андрей ГРЕЧКИН,  
генеральный директор  
компании «Дальрефтранс»



Маргарита КРЮЧКОВА

# Андрей ГРЕЧКИН: Перевозкам рыбы поможет ряд мер

Как повысить потребление рыбной продукции внутри страны? Этот вопрос по-прежнему обсуждается на разных площадках. Для его решения подписываются соглашения и выстраиваются партнерства. Ответ между тем лежит в том числе и в плоскости организации доставки рыбы по железной дороге. Какие меры пришли бы на помощь перевозкам, в интервью журналу Fishnews рассказал генеральный директор компании «Дальрефтранс» (входит в Транспортную группу FESCO) Андрей ГРЕЧКИН.

— Один из ключевых промысловых сезонов — зимне-весенний сезон охотоморской минтаевой путины — российские рыбаки отработали с уловом чуть ниже прошлогоднего, практически на уровне 2025 года. Что можно сказать по поводу перевозок рыбы? Как внутри страны, так и на экспорт.

— По общему вылову минтая, как вы уже отметили, особых колебаний не произошло: объемы примерно на уровне прошлого года. По внутрироссийским перевозкам мы наблюдаем хорошие тенденции. Объем грузов, предъявляемых к перевозке, достаточно стабилен. Большую поддержку этому оказывает субсидирование железнодорожного тарифа. Также хотелось бы отметить практику подписания долгосрочных соглашений с крупными рыбодобывающими и трейдинговыми компаниями. Трейдеры, несмотря на специфику своего бизнеса — поймать ситуативно тренд, нашли удобным вариант долгосрочного контракта на перевозку, чтобы логистическая составляющая была заранее понятна. Это формат работы, к которому мы много лет призываем все рыбацкое сообщество.

Субсидия на перевозку была выработана полностью. При этом мы отметили, что часть объемов, которые рыбаки готовы были отправить с использованием такого возмещения, оказалась не охвачена субсидированием. По-прежнему остаются ситуации, когда мы принимаем у клиента заявку под субсидию, он отгружает продукцию, и оказывается, что средства по этой мере господдержки закончились. И мы, по сути, за свой счет компенсируем разницу железнодорожного тарифа по таким перевозкам. Взаимодействуем с РЖД, чтобы снять этот вопрос. По нашему мнению, в формат предоставления субсидий нужно вносить изменения, чтобы таких накладок не возникало

и процесс субсидирования был более понятным для всех участников.

Что касается перевозок рыбы на экспорт, то мы работаем только с теми объемами, которые проходят перевалку в российском порту. Как и в прошлом году, их было не очень много. Нельзя сказать, что здесь произошли какие-то значительные изменения с точки зрения географической дивер-

**Востребованность «длинных» контрактов связана с тем, что наши клиенты, располагая данными статистики, научным прогнозом, решили заранее обеспечить свои потребности в рефконтейнерах. Долгосрочные контракты помогают всем. Мы уже продумали, каким образом будем обеспечивать отгрузки без ущерба для других постоянных клиентов, в том числе с импортным грузом.**

сификации. Система поставок в северные порты Китая сформировалась много лет назад, но, я думаю, есть потенциал для расширения рынков сбыта российской рыбопродукции. Контейнерные перевозки, которыми мы занимаемся, дают возможности для более гибкой и широкой реализации рыбы и

морепродуктов. Нам было бы интересно развивать поставки в страны Азиатско-Тихоокеанского региона, дальше на юг: во Вьетнам, Малайзию, Индию, на Филиппины. Но пока таких заявок не слишком много.

**— К экспорту еще вернемся... В Охотском море, помимо минтая, добывается также и сельдь. Это востребованный ресурс на внутреннем рынке. Что можете сказать по поводу перевозок сельди? На эту рыбу субсидии пока так и не распространили, хотя отраслевое сообщество говорило, что такая поддержка важна.**

— Было бы, конечно, хорошо расширить субсидирование на сельдь: это не самый дорогой, но, как вы правильно отметили, очень популярный в стране продукт. Господдержка помогла бы сельди стать еще более востребованной за счет скидок на доставку в западные регионы страны.

Что касается перевозок, то предъявление такого груза было, но не массовое.

**— Мы продолжаем писать о вопросах развития потребления рыбы и морепродуктов. Тема остается в зоне большого внимания, хотя, конечно, тут много проблем. Что нужно сделать, чтобы упростить путь российской рыбы к российскому потребителю?**

— Ответ, который буквально напрашивается, — субсидирование перевозок. Субсидии работают, это подтверждается их востребованностью: средства выбираются очень быстро. Логично было бы расширить номенклатуру продукции и видов рыб, перевозки которых субсидируются. Например, использовать такой механизм для доставки сельди.

В этом году в период лососевой путины субсидий, скорее всего, не будет: средства выбраны. Такая же ситуация



Контрейнерные перевозки дают возможности для более гибкой и широкой реализации рыбы и морепродуктов в страны Азиатско-Тихоокеанского региона

наблюдалась и в прошлом году. То есть, к сожалению, по горбуше мы, вероятно, не увидим эффекта от этой меры господдержки. И здесь нужно подумать о распределении средств в привязке к срокам промысла конкретных видов водных биоресурсов.

В последние годы удалось добиться увеличения и значимого обновления парка рефрижераторных контейнеров. Этому помогло в том числе обнуление таможенной пошлины на ввоз рефконтейнеров. Сейчас процесс обновления парка продолжается, но уже в более спокойном режиме.

Существующего парка достаточно для перевозок рыбной продукции, имеется и потенциал обеспечения большего объема перевозок. Но есть нюансы. Парк работает неравномерно, можно обеспечить более эффективную ротацию контейнеров. В период массовой погрузки, например, лососевых, когда к перевозке предъявляются большие объемы груза, происходит накопление контейнеров на западе. При этом с учетом географии основных регионов потребления мы понимаем, что доставка контейнеров в обратном направлении возможна только на Дальний Восток: в Приморье, каботажные пор-

ты (на Сахалин, Камчатку, в Магадан) и на экспорт. В этом направлении мы лимитированы провозной способностью Восточного полигона. Рефрижераторные грузы фактически не имеют никакого приоритета перед другими контейнерными грузами. Это большая проблема. Даже когда на железной дороге был спад погрузки, документально зафиксировать приоритизацию по-прежнему не удалось, но хотя бы в ручном режиме выделялись дополнительные наряд-заказы на перевозку. И в целом в начале года ситуация с отправками рефконтейнеров с запада на восток была хотя и напряженная, но не критичная. Сейчас обстановка ухудшается. Дополнительные наряд-заказы не выделяются. В результате мы пропускаем недели отгрузки для отправки из Москвы. Это приведет к тому, что будет не хватать порожних контейнеров на Дальнем Востоке. А здесь лососевая путина.

Да, мы продумали, как обеспечить мощностями долгосрочные контракты. Но со спотовыми перевозками, которые в любом случае потребуются, могут возникнуть трудности.

Ротация контейнеров настроена недостаточно хорошо. И это проблема, с которой надо работать. Мы, как операторы,

с привлечением профильных ассоциаций, СМИ пытаемся донести свою позицию до перевозчика и регуляторов. Объемы перевозок рефрижераторных грузов сравнительно небольшие, и надо принять волевое решение, чтобы перевозки продуктов питания не ограничивались.

**— Вы заговорили о лососевой путине. В этом году прогноз вылова лососей уступает показателям прошлых лет и составляет порядка 227 тыс. тонн. Но объемы все равно значительные.**

— Действительно, прогнозируемый вылов скромный, но заранее проведенная с постоянными клиентами работа вселяет в нас оптимизм. На июнь-сентябрь у нас забронировано порядка 90% провозной способности. Подписано несколько соглашений. Более того, мы уже начали выделять контейнеры для погрузки рыбы на Камчатке. Видимо, востребованность «длинных» контрактов связана с тем, что наши клиенты, располагая данными статистики, научным прогнозом, решили заранее обеспечить свои потребности в рефконтейнерах.

Долгосрочные контракты помогают всем. Мы уже продумали, каким образом будем

обеспечивать отгрузки без ущерба для других постоянных клиентов, в том числе с импортным грузом. Обсудили с коллегами из Владивостокского морского торгового порта выделение зон для подключения контейнеров. Примерно понимаем график подходов судов с дополнительными объемами. Сейчас проводится работа по обеспечению подвижным составом. Но повторюсь, со спотовыми погрузками будет сложнее.

**— Продолжаете ли вы возить краба с Северного бассейна в Азию? Как построен этот процесс?**

— 2025 год хорошо себя показал в плане перевозок крабовой продукции. Мы увеличили объем перевозок год к году по этой номенклатуре грузов.

Мороженный краб требует очень бережного к себе отношения, весьма чувствителен к температурному режиму. Для перевозки такого груза выделяются «свежие» контейнеры. Схема доставки позволяет избежать промежуточных перегрузов, и это обеспечивает сохранность груза.

Основной объем крабовой продукции идет напрямую по железной дороге из Мурманска во Владивосток, а затем морем — в страны Азиатско-Тихоокеанского региона.

Есть альтернативные маршруты, когда требуется отправить не очень большую партию. Можно доставить контейнеры автомобильным транспортом в Москву, Санкт-Петербург, а далее отправить во Владивосток по железной дороге с другими грузами.

Третий вариант — контейнер идет в Санкт-Петербург, затем грузится на судно deep sea линии, которое отправляется уже в страны АТР.

Все эти варианты имеют свои плюсы и минусы. Самый быстрый маршрут — во Владивосток, он требует одновременно загрузить достаточно большую партию, желательно от двадцати контейнеров, но обеспечивает минимальный срок доставки.

**— То есть для вас, как для оператора, работа с крабом Северного бассейна интересна?**

— Да, это направление не самое объемное, но позволяет обеспечивать дополнительный стабильный грузопоток с запада на восток, тем самым можно сбалансировать перемещение парка контейнеров.

**— Вы сотрудничаете с B2B-маркетплейсом Fishstat. Планируете ли другие партнерства в рыбной отрасли?**

— Вызывают большое уважение смелость и последовательность, с которой Евгений КАРПОВ (*основатель Fishstat*. — *Прим. ред.*) подошел к этому проекту. Мы верим в платформу и считаем, что она через какое-то время даст большое преимущество тем, кто участвует в проекте. При этом проект открытый, к работе на платформе может присоединиться любой грузовладелец и покупатель.

Нам система даст возможности повышать эффективность продажи своих сервисов. В планах — функция продаж возможностей доставки груза на ближайших поездках.

При этом платформа предусматривает взаимодействие с зарубежными пользователями — функции перевода сообщений на другие языки. Это позволит в том числе пойти в те страны и регионы, где мы сегодня не представлены.

Что касается других проектов, то этот год объявлен в FESCO Годом клиента, и мы улучшаем сервисы, дорабатываем возможности личного кабинета. Скоро в нем будут доступны опции, которые уже хорошо зарекомендовали себя в мире B2C, и их можно попробовать в сфере B2B.

Перевозка рефконтейнеров — это обслуживание широкого спектра не только продуктов питания, а вообще скоропортящихся грузов. Конечно, продукты питания составляют основную массу перевозимой номенклатуры. На фоне развития перевозок, расширения карты сервисов и поиска новых рынков мы пришли к выводу, что нужно учитывать региональные предпочтения в разных странах. Например, Китай надо рассматривать не как одну точку на карте, а принимать во внимание специфику разных регионов. Это позволит

развивать поставки, потому что потенциал в стране огромный.

Один из важных аспектов — с уважением относиться к религиозным особенностям страны присутствия. Так, мы приняли для себя решение глубже понять нормы халяль. И стали первым российским оператором рефконтейнеров, прошедшим сертификацию по стандартам перевозки халяльной продукции. Рассчитываем, что это поможет в продвижении российских продуктов в страны исламского мира. Это рынок в том числе для российской рыбы.

**— Обычно когда говорят об экспорте рыбы и морепродуктов, имеется в виду дальнее зарубежье. Но, конечно же, есть и ближнее зарубежье. В какие страны СНГ возите рыбу?**

— Довольно активно исторически идут перевозки с Дальнего Востока в Белоруссию, но, как правило, через Москву. Этот сервис существует уже много лет.

Если говорить о сравнительно новых направлениях, то в прошлом году мы неплохо поработали с доставкой в Узбекистан: порядка 5 тыс. тонн рыбы туда отправилось. В этом году планируем перевезти еще больше — около 7 тыс. тонн. Это прежде всего минтай.

Есть запросы со стороны клиентов из Казахстана, других стран ближнего зарубежья, среднеазиатских стран. Мы активно прорабатываем эти возможности. Конечно, по доставке на не очень длинное плечо довольно сложно конкурировать с автомобильным транспортом, но, как показывает практика, возможно.

Что касается дальнего зарубежья, то, думаю, далеко не исчерпан потенциал Китая. Можно совместно с компаниями рыбной отрасли посмотреть возможности поставок в южные и внутренние провинции, там есть свои переработчики, импортеры, с которыми можно попробовать работать напрямую, а не через северных трейдеров. Для этого есть логистические решения — нужно продвигать продукцию.



Холодильный комплекс в порту г. Петропавловск-Камчатский / 20 000 тонн



5000 рефрижераторных контейнеров



800 единиц специализированного подвижного состава



25 регулярных морских сервисов



9 регулярных ж/д сервисов



СВХ в порту г. Владивосток



Перевозка в одном рефконтейнере на всём пути следования

**«ООО «ДАЛЬРЕФТРАНС» ОСУЩЕСТВЛЯЕТ ПЕРЕВОЗКУ СКОРОПОРТЯЩИХСЯ ГРУЗОВ В СОСТАВЕ ТГ FESCO. ЕДИНСТВЕННЫЙ ОПЕРАТОР НА РЫНКЕ РЕФРИЖЕРАТОРНЫХ ПЕРЕВОЗОК, КОТОРЫЙ ОСУЩЕСТВЛЯЕТ ДОСТАВКУ ГРУЗОВ ПО ВСЕМ НАПРАВЛЕНИЯМ НА СОБСТВЕННЫХ АКТИВАХ**





Арина БУРЛАКОВА

# Живую историю портовых городов Приморья показывают на выставке

В Приморском крае организовали выставку, посвященную двум портовым городам — Владивостоку и Находке. Через фотографии, картины и личные истории авторы проекта показали, что такое портовое пространство — от ярких контейнеров и рыбацких судов до уникальной архитектуры и быта людей.



Экспозиция «Морские порты Тихоокеанского Приморья: Владивосток — Находка» выставлена в зале музея Арсеньева

Первым выставку увидел Владивосток. Экспонаты представили в одном из залов музея Арсеньева.

«Порт — это диалог ветра и стали». Так охарактеризовал атмосферу жизни в столице Приморья курсант Морского государственного университета имени адмирала Г.И. Невельского Ярослав КОЛОБОВ во вступительном тексте, открывающем экспозицию. И действительно, бескрайнее море здесь соседствует с кранами-гигантами, а живописные набережные — с контейнерными парками. Именно этот неповторимый колорит и постарались передать организаторы выставки.

Экспозицию «Морские порты Тихоокеанского Приморья: Владивосток — Находка» выстроили как визуальный диалог двух портовых городов. Прикоснулся к уникальной истории и корреспондент Fishnews.



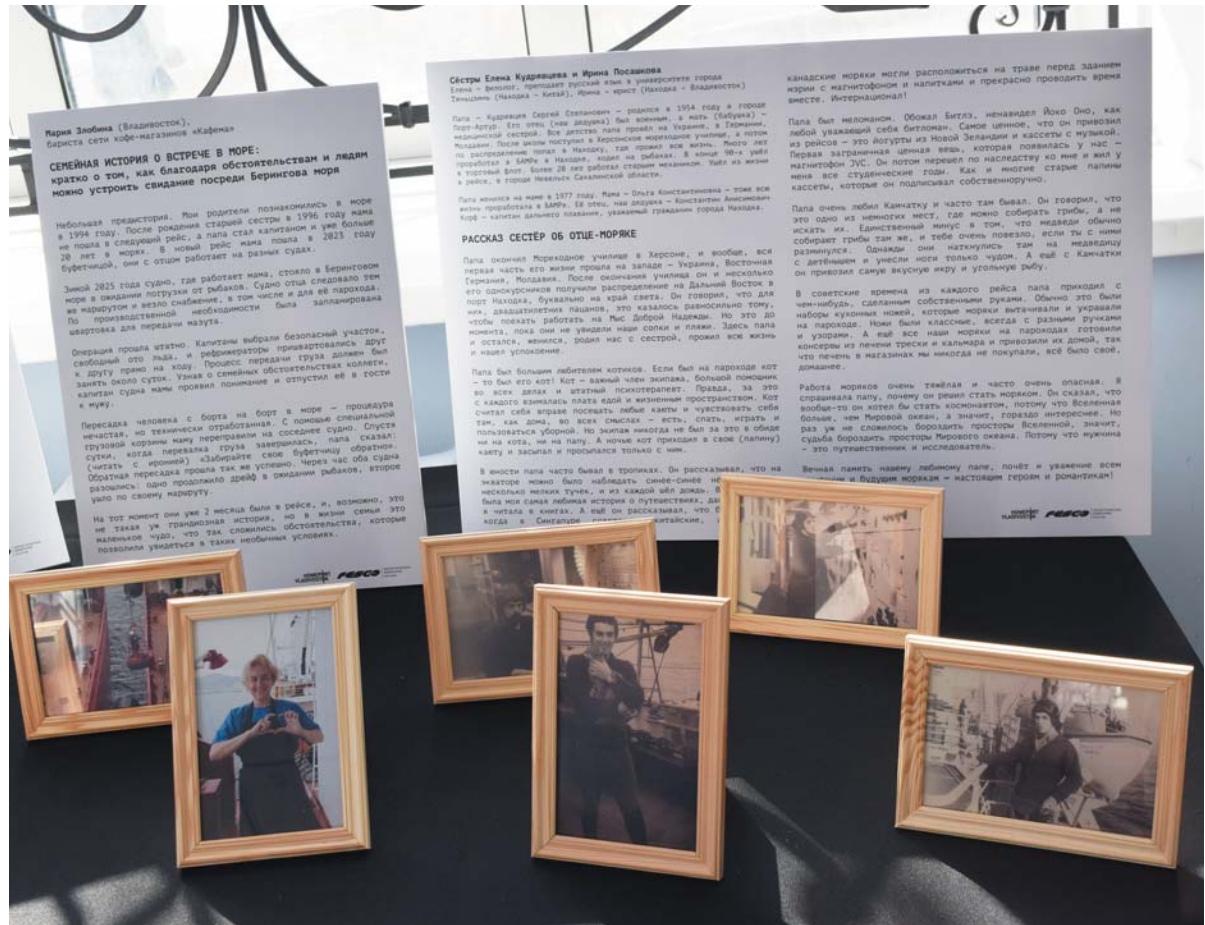
Сокуратор проекта и фотограф Антон НОВГОРОДОВ и руководитель проекта Анастасия ТЕЛИЧКО

### ВИЗУАЛЬНЫЙ КОД «ВЛАДИВОСТОК — НАХОДКА»

При входе в зал взгляд сразу падает на яркие картины и фотографии на стенах. Справа разместились архивные снимки Владивостока за последние 13 лет. Суда, дома, улицы, моряки, курсанты, одинокий рыбак — и почти на каждом фото есть море. Вся композиция передает живой портрет приморской столицы, «портовость» которой стала частью повседневности.

Слева — кадры из Находки. Фотографы специально отправились в прибрежный город в поисках визуальных портовых символов. Заводы и предприятия не портят пейзаж, а наоборот, помогают раскрыть характер города и людей, которые в нем живут.

Цель фоторяда — показать порт в самом широком смысле через жизнь людей,



Семейная гостиная — уютное пространство для самых теплых портовых историй

места, образы, рассказал один из фотографов и сокуратор выставки Антон НОВГОРОДОВ.

Картины на мольбертах позволяют еще сильнее проникнуться чувственной атмосферой морских городов. Кто-то из художников вдохновлялся буксирами, которые видел каждый день из окон квартиры, а кто-то — рассказами отца-крановщика о живописных закатах в порту.

Еще несколько небольших рисунков можно найти на стенах и в витринах. Есть даже маленькая картина, вдохновленная экспедицией ТИНРО (Тихоокеанского филиала Всероссийского НИИ рыбного хозяйства и океанографии). Рыбохозяйственная наука — еще одна грань жизни морского города.

### ШВАРТОВЫЕ ИСТОРИИ

Особенностью выставки стали швартовые истории. Их прислали труженики моря и семьи,

сохраняющие память о профессиональных династиях. Для жителей края море — это не просто красивые пейзажи, а часть личной жизни. В родословной у

текстов. Лучшие истории напечатаны на больших листах и сделаны частью экспозиции.

Есть рассказ от первого лица про будни диспетчера 42-го причала — легкий, с юмором и морским сленгом. Есть история о капитане рыболовного судна, написанная его дочерью с опорой на автобиографические заметки главного героя. Это уже текст более серьезный, почти документальный. Место нашлось и для стихов романтиков, которые описали Владивосток в особой художественной манере.

Отдельный уголок — семейная гостиная. Здесь собраны фотографии и теплые воспоминания о смешном посвящении в морячки,



Встреча в музее, посвященная первой в мире женщине-капитану Анне Щетининой, 2018 г.

большинства приморцев можно найти хотя бы одного члена семьи, чья работа была так или иначе связана с морем. Выбирать пришлось из более чем ста

свидании посреди океана и любимом папе, бороздившем голубые просторы.

Особый трепет вызывают личные вещи. Среди экспона-



Китовый ус из личного архива семьи моряка

тов можно найти черно-белые снимки, телеграммы, трудовые книжки, газеты, грамоты. То, что хранилось дома, стало частью общей истории.

В одной из витрин есть «кусочек» рыбацкой летописи: фотоальбомы Владивостокского морского рыбного порта (красочная история предприятия на двух языках) и Находкинского судоремонтного завода (НСРЗ). Книги разрешают взять в руки — уникальная возможность изучить раритетные издания не под стеклом.

Рядом в большой витрине лежит китовый ус из личной коллекции моряка, работавшего в китобойной флотилии. Теперь реликвия передается по наследству.

По словам организаторов, выставка нацелена не столько на профессиональное сообщество, сколько на горожан. Но интерес проявляют и туристы: во время экскурсии в зал заглянула пара из Красноярска.

После Владивостока экспозиция переместилась в Находку, где принимала гостей до кон-

ца мая. Но на этом история не закончилась. В июле выставка вновь откроет свои двери уже в поселке Кавалерово — ближайшем крупном населенном пункте к порту Ольга, единственному морскому порту на северо-восточном побережье Приморья.

Авторы планируют продолжать проект: коллекционировать швартовые истории, снимки и другие памятные вещи. В перспективе — собрать все в специальном сборнике, поделилась планами руководитель проекта Анастасия ТЕЛИЧКО.



Работы художников из Находки



Маргарита КРЮЧКОВА

# «Прибрежка» как зона риска

Что можно, а что нельзя делать при прибрежном рыболовстве — этот вопрос всегда будоражил отрасль

В рыбной отрасли есть круг вопросов, о которых Fishnews периодически писал все двадцать лет своей работы. Среди таких проблемных тем — прибрежное рыболовство. Менялось законодательство, менялись подходы к организации «прибрежки». Однако раз за разом встает вопрос, как же регулировать прибрежное рыболовство? Причем для предприятий все это не сводится к отвлеченным дискуссиям: для них это угроза штрафов и судебные разбирательства.

Что можно, а что нельзя предприятиям, работающим в режиме прибрежного рыболовства, всегда было одной из самых резонансных тем отрасли. В этом можно убедиться, обратившись к немалой информационной базе «Фишньюс» за двадцать лет. Какие операции допустимы с рыбой на судах «прибрежки», разрешены ли перегрузы? В какие регионы следует доставлять уловы?.. Искали ответы на эти вопросы всегда масштабно и громко, с обращениями рыбохозяйственных объединений, межведомственными совещаниями, а то и с нерадостной перспективой митингов на местах. В свое время, для того чтобы сформировать общий подход к целям и задачам «прибрежки», на федеральном уровне даже разрабатывали специальную концепцию — развития рыболовства в прибрежных регионах Российской Федерации.

Оживленно обсуждалось регулирование прибрежного рыболовства, когда готовилась в 2014–2016 годах большая реформа отраслевого законодательства. С предложениями от госорганов ограничить длину судов для «прибрежки» или утверждать на федеральном уровне список береговых заводов для доставки рыбы... В итоге в правовой базе был закреплен такой подход: привычное разделение на прибрежные и промышленные квоты вылова убрали. Предприятия вправе каждый год сами выбирать, в каком режиме осваивать объемы — промышленного или прибрежного рыболовства. При этом для «прибрежников» законодатели предусмотрели требования к доставке и использованию добытой рыбы. А сделать такой режим лова привлекательным решили с помощью «добавки» при расчете объемов для освоения. По новому законодательству о «прибрежке» предприятия работают с 2019 года.

С тех пор, правда, уже успели понадобиться уточнения.

Для того чтобы промысловики могли в сохранности доставить рыбу на берег, потребовалось вставлять в закон замысловатую конструкцию об «уловах <...> в живом, свежем или охлажденном виде, живой, свежей или охлажденной рыбной продукции». А чуть позже законодатели дали возможность выпускать на судах Северного бассейна консервы из печени трески (хотя действие такой нормы ограничило по срокам).

В марте Fishnews проводил опрос. Мы попросили читателей поделиться мнением, какими они видят перспективы прибрежного рыболовства.

**Большинство участников голосования — 72% — заявили, что «прибрежку» очень важно сохранить. По их мнению, это поддержка территории и развитие самой рыбной отрасли. Правда, еще 28% голосовавших высказались за то, что концепция прибрежного рыболовства только порождает вопросы и отжила свое.**

Но некоторое время назад предприятия столкнулись с проблемой, которая заставила говорить о том, что же будет с режимом прибрежного рыболовства в принципе. Новый «опыт», как и раньше, пришел с Севера. Компании Мурманской

области стали привлекать к административной ответственности за отправку продукции «прибрежки» на экспорт. О тревожной практике заговорили еще в 2024 году. Причем беспокоены были не только северяне, но и предприятия Дальнего Востока: рыбопромышленники не понимали, как быть с поставками дальше.

В феврале нынешнего года губернатор Камчатского края Владимир СОЛОДОВ поднял проблему туманных перспектив прибрежного рыболовства на совещании в Совете Федерации.

«В настоящее время в Северном бассейне уже сформирована негативная практика, в Мурманской области, по привлечению рыбохозяйственных организаций, которые осуществляют прибрежное рыболовство и далее экспортируют свою продукцию, к административной ответственности», — рассказал глава дальневосточного региона.

Тогда стало ясно, что решать проблему предполагается через законодательные поправки. «На мой взгляд, нам необходимо урегулировать законодательно и обеспечить однозначность трактовки законодательного акта, к которому апеллируют суды при такой практике», — высказался Владимир Солодов.

Законопроект, нацеленный на снятие рисков для «прибрежки», поступил на рассмотрение Госдумы в апреле. С инициативой выступили депутаты Алексей ГОРДЕЕВ, Владимир КАШИН и Николай ВАСИЛЬЕВ, сенатор Елена ДЯГИЛЕВА.

В пояснительной записке разработчики указали, что отсылка к законодательству об основах госрегулирования торговой деятельности в РФ в статье о прибрежном рыболовстве «служит основанием для контролирующих органов фиксировать нарушение в части реализации на экспорт переработанной рыбной продукции,

произведенной из уловов, добытых в режиме прибрежного рыболовства, поскольку такая реализация осуществляется в соответствии с иным законодательством, а именно об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности». Парламентарии предложили «устранить правовые пробелы», обращая внимание на роль «прибрежки» в поддержке береговой переработки и приморских территорий.

Однако судьба законопроекта при всех, казалось бы, понятных его благих целях и задачах оказалось непростой. Уже первое обсуждение на заседании Комитета Совета Федерации по аграрно-продовольственной политике и природопользованию обернулось теми самыми вопросами, о которых говорилось в начале статьи: в чем разница между промышленным и прибрежным рыболовством и какие задачи должны решать предприятия «прибрежки» в ответ на выделение дополнительных объемов квот?

Уже тогда сенатор от Мурманской области, соавтор законопроекта Елена Дягилева обратила внимание, что добытчики столкнулись с изменениями правоприменительной практики. Базовые положения закона по «прибрежке» вступили в силу семь лет назад, но только в последние годы пограничные органы стали предъявлять предприятиям претензии в связи с экспортом. «В течение последних двух лет сложилась такая правоприменительная практика, что, собственно, наши «прибрежники» стали получать штрафы. То есть буквально за 2025 год одна компания 35 миллионов получила», — рассказала парламентарий. Она отметила, что только в Мурманской области 15 береговых фабрик и «прибрежку» нужно беречь.

Примечательно, что на заседании комитета представители и Министерства сельского хозяйства, и Росрыболовства среди изначальных смыслов прибрежного рыболовства выделили не только поставки продукции на внутренний рынок, но

и обеспечение сырьем береговых заводов.

Однако разговоры о «сюрпризах» правоприменения и о том, как быть со штрафами для действующих компаний, оказались на втором плане. Все-таки рыба и экспорт по-прежнему остаются не самой удобной темой для публичных обсуждений...

Ответственный комитет Госдумы — по аграрным вопросам — в мае озвучил замечания к проекту закона. Депутаты указали, что внимательно следят за судьбой «прибрежки», но также сослались на риски экспорта продукции «без значительной степени переработки» на береговых фабриках в прибрежных регионах. Комитет предложил разработчикам изменить текст законопроекта.

«...Требуется дополнительное обоснование экономической оценки последствий предлагаемых решений, в соответствии с которой можно будет сделать вывод о соблюдении баланса насыщения внутреннего рынка рыбной продукцией с одной стороны и сохранении загруженности рыбоперерабатывающих заводов, и как следствие рабочих мест в прибрежных сельских поселениях, а также развития экспортоспособности с другой стороны», — говорится в заключении комитета.

Когда готовился этот материал, об измененном тексте законопроекта нам еще известно не было. Тем не менее уже звучали предложения по доработке. Так, Ассоциация судовладельцев рыбопромыслового флота попросила парламентариев поддержать проект закона и предложила действовать через утверждение перечня продукции береговых фабрик для возможной поставки на внешние рынки.

Целый ряд писем с беспокойствами о судьбе «прибрежки» разослал в госорганы Координационный совет рыбохозяйственных ассоциаций Дальнего Востока. Объединение заявило об угрозах влияния штрафов на функционирование компаний.

Для устойчивой работы у предприятий должен быть выбор, куда поставлять продукцию, — это дает возможность компаниям продолжать работу, вкладываясь в производство и поддерживая российский берег, подчеркнули в совете.

В личных разговорах звучит, что такими темпами рыбопромышленники перестанут выбирать режим прибрежного рыболовства, и оно просто пропадет. В дальневосточных регионах уже отмечают, что количество предприятий, работающих по «прибрежке», за последние годы сократилось в разы. Приходилось нам слышать и радикальные предложения: вовсе убрать из закона такой вид рыболовства.

Но думается, что это не выход. Даже если сейчас отказаться от каких-то специальных условий для «прибрежки», все равно со временем будут подниматься вопросы: как обеспечить отдачу от рыбной отрасли для приморских территорий, как поддержать компании, которые вкладываются в инфраструктуру побережья, особенно в отдаленных районах. Неслучайно именно главы регионов активно реагируют на все ситуации с прибрежным рыболовством (здесь можно вспомнить, например, выступления губернаторов на заседании президиума Госсовета в 2015 году). Какой бы сложной ни казалась тема «прибрежки», она будет вставать вновь и вновь.

В марте Fishnews проводил опрос. Мы попросили читателей поделиться мнением, какими они видят перспективы прибрежного рыболовства. Большинство участников голосования — 72% — заявили, что «прибрежку» очень важно сохранить. По их мнению, это поддержка территории и развитие самой рыбной отрасли. Правда, еще 28% голосовавших высказались за то, что концепция прибрежного рыболовства только порождает вопросы и отжила свое.

При этом в еще одном, совсем недавнем, опросе большинство выбрало решение вопросов «прибрежки» как наиболее волнующую тему.

# НОВЕЙШИЕ ТЕХНОЛОГИИ ХОЛОДА ДЛЯ КРУПНОГО БИЗНЕСА



**НАДЕЖНОСТЬ  
ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ  
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**



**ПРОМЫШЛЕННОЕ  
ХОЛОДИЛЬНОЕ  
ОБОРУДОВАНИЕ**



**ПРОЕКТИРОВАНИЕ  
ПОСТАВКА  
МОНТАЖ  
ВВОД В ЭКСПЛУАТАЦИЮ**

☎ 8(812)449-90-40, 8(812)449-90-41  
головной офис: 190000, Санкт-Петербург,  
ул. Галерная, 20, офис 306  
завод: 238460, Калининградская обл.,  
пос. Совхозное, ул. Мастерская, 4

**РЫБА/МЯСО/ПТИЦА  
НЕФТЕХИМИЧЕСКИЕ  
ОБЪЕКТЫ**

**СОБСТВЕННОЕ  
ПРОИЗВОДСТВО  
В РОССИИ**



Михаил ЦЫБУЛЕНКО,  
начальник Северо-Восточного  
филиала Главрыбвода



# Михаил ЦЫБУЛЕНКО: Экологическое просвещение — важная часть работы Главрыбвода

В 2025 году в Камчатском крае стартовал экопроект «Жизнь камчатскому лососю!», организованный Северо-Восточным филиалом Главрыбвода. Благодаря цифровому сервису присоединиться к акции могут жители любого региона России. Достаточно выбрать вид рыбы и внести свой взнос за участие онлайн.

Всего за два года совместными усилиями было выращено и выпущено более 36,5 тыс. мальков чавычи, нерки и кеты. «Мы не только восполняем запасы ценных рыб, но и учим население бережному отношению к природе», — подчеркнул начальник филиала Михаил ЦЫБУЛЕНКО.

В интервью журналу Fishnews он рассказал, в каких еще экологических акциях участвует учреждение, а также поделился результатами работы филиала и планами.



Благодаря работе филиала в этом году в реки региона будет отправлено около 35 млн штук молоди тихоокеанских лососей

— Михаил Леонидович, прошло уже практически полтора года с последнего вашего интервью в журнал Fishnews. Расскажите, как в нынешних реалиях работают рыбоводные заводы Главрыбвода в Камчатском крае? Какие задачи стоят перед Северо-Восточным филиалом на лососевую путину?

— Прошлый год был непросто для наших рыбоводных заводов, учитывая сейсмическую обстановку в регионе. Но, несмотря на все сложности, мы смогли в полном объеме выполнить задачи, поставленные Росрыболовством, по искусственному воспроизводству молоди тихоокеанских лососей, таких как чавыча, нерка, кета. Кроме того, филиал успешно провел работы по сохранению водных биоресурсов, а также мелиоративные и мониторинговые мероприятия.

В этом году в рамках госзадания мы отправим более 20 млн штук молоди в реки Камчатского края. Еще 15 млн мальков выпустят в рамках компенсационных мероприятий и иных программ по товарной аквакультуре. Таким образом, благодаря работе лососевых рыбоводных заводов «Малкинский», «Паратунский», «Кеткино» и «Озерки» всего в 2026 году будет выпущено около 35 млн штук молоди.

В предстоящей лососевой путине филиал планирует задействовать полные производственные мощности заводов для

закладки икры чавычи, нерки, кеты и кижуча. А это значит, что в следующем году в водные объекты края будет выпущено практически 60 млн экземпляров молоди лососей.

Хочется отметить, что за последние три года филиал отправил в реки региона более 120 млн особей молоди тихоокеанских лососей.

— Как вы оцениваете эффективность работы рыбоводных заводов?

— Сложно давать оценку своей работе, но об эффективности всегда говорят цифры. В качестве примера могу озвучить, что в 2024 году Северо-Восточный филиал Главрыбвода исследовал устьевые зоны рек Паратунка и Авача, чтобы определить долю заводской кеты, вернувшейся на нерест в эти водоемы. Результаты оказались впечатляющими: в Паратунке доля взрослых особей кеты заводского происхождения составила 89,9%, а в Аваче — 56,3%.

Для оценки эффективности работы рыбоводных заводов «Паратунский» и «Кеткино» мы используем специальный способ массового мечения рыб, позволяющий по рисунку на отолите — похожем на камень образования во внутреннем ухе, которое формируется у подросших мальков, — точно определить год и место, где была выращена рыба. Такую оценку эффективности работы ЛРЗ филиал проводит ежегодно.

— Известно, что филиал принимает участие в реализации проекта «Жизнь камчатскому лососю!», одна из особенностей которого — цифровой формат. Каких успехов удалось достичь?

— Экологический проект «Жизнь камчатскому лососю!» — это не просто акция, это особая миссия, ответственность прежде всего перед природой и будущими поколениями. Мероприятие служит ярким примером сплоченности государственных учреждений, жителей и гостей Камчатского края. Проект направлен на формирование экологической культуры населения. Он предоставляет каждому человеку возможность лично внести вклад в сохранение и восстановление популяции тихоокеанских лососей.

Принять участие в проекте могут жители не только Камчатки, но и других регионов России через сервис на краевом портале госуслуг. Цифровой формат стирает географические границы.

Проект стартовал в прошлом году. И уже в 2026 году к нему присоединилось 95 участников. При этом акцию поддерживают не только организации, но и обычные люди. И они составляют больше половины из общего числа участников.

Всего в рамках экопроекта было выращено и выпущено в водоемы края более 36,5 тыс. экземпляров молоди чавычи, нерки и кеты. Наиболее активных



Северо-Восточный филиал Главрыбвода уделяет особое внимание работе с подрастающим поколением. Например, школьников приглашают на выпуски мальков. Всего в рамках проекта «Жизнь камчатскому лососю!» в водоемы Камчатского края было выпущено более 36,5 тыс. экземпляров молоди чавычи, нерки и кеты

участников проекта мы награждаем памятными подарками и приглашаем лично посетить выпуски. Люди видят результат своего вклада: реки наполняются новой жизнью. И через три-четыре года молодь вернется обратно уже взрослой особью.

Планируется третий сезон эко-проекта 2026–2027. На сегодняшний день к нам уже обратились представители бизнеса с желанием стать партнерами акции. Пока не буду раскрывать все секреты, но отмечу, что участники ждут интересные бонусы.

**— Какие еще экологические проекты реализует филиал?**

— Северо-Восточный филиал Главрыбвода понимает значимость любительского рыболовства для жителей Камчатки. В 2026 году мы выступили партнером фестиваля по подледному лову корюшки «Зубарь-2026». Мы учредили отдельные номинации, чтобы подчеркнуть важность преемственности поколений: самый юный рыбак, самая юная рыбачка и самый опытный рыбак.

Важно, чтобы рыбаки-любители могли не только ловить рыбу, но и участвовать в ярких, хорошо организованных мероприятиях, общаться, соревноваться и передавать опыт.

Но фестивалем «Зубарь» наша работа не ограничивается. В следующем году мы планируем запустить свой новый проект в рамках развития любительской

рыбалки на реке Авача — одном из любимых мест жителей и гостей края. Акцент мероприятия будет сделан на семейном досуге. По задумке, родители и дети смогут принять участие в рыболовных конкурсах и провести время вместе. Более подробную информацию можно будет найти на официальном сайте филиала.

**— Большое внимание Северо-Восточный филиал Главрыбвода уделяет и работе с молодежью. Какие проекты реализуются в этом направлении?**

— Работа с молодежью — это одно из приоритетных направлений нашего учреждения.

Филиал проводит масштабную профориентационную работу. В рамках образовательного проекта «Профессия — ихтиолог» мы рассказываем школьникам о работе ихтиологов и рыбоводов, привлекаем внимание к востребованным специальностям в рыбохозяйственной отрасли, рассказываем о важности восстановления водных биоресурсов. Надеемся, что в будущем ребята захотят связать свою жизнь с рыбоводством.

Наши мероприятия стирают границы между школьным классом и реальным производством. Специалисты филиала проводят лекции, круглые столы в школах Камчатского края, на которых показывают наш видеоролик «Малка. История одной рыбки». В 2025 году он получил отраслевую награду на конкурсе FishCorr.

Для школьников мы организуем экскурсии на наши рыбо-водные заводы, чтобы дети воочию увидели результат нашей работы. Ребята посещают производство в три этапа: на стадии глазка, на стадии личинки (малек с желточным мешочком) и на стадии малька. Некоторые школы даже посетили выпуск мальков лосося в водоемы. Такие мероприятия особенно нравятся ребятам: это видно по их горящим глазам и интересным вопросам.

Мы также тесно сотрудничаем с различными учреждениями края. Проводим цикл мероприятий для детей из клуба юннатов, созданного на базе Кроноцкого заповедника, для юных путешественников Камчатского дома детского и юношеского туризма и экскурсий, для учащихся средних классов школ региона в рамках партийного проекта «Моя карьера с Единой Россией». Продолжаем активную работу с Камчатским региональным отделением Общероссийского общественного движения детей и молодежи «Движение Первых».

Для детей младшего возраста коллектив филиала разработал подарочную книгу «Сердце Малки. История отважной рыбки». В основе легенды лежит история чавычи. В книге описан ее жизненный цикл и вклад Малкинско-го рыбоводного лососевого завода в сохранение этой рыбы.

В 2026–2027 учебном году мы продолжим профориентационную работу с молодежью.



**«Фишньюс»  
всегда остается  
в гуще событий  
рыбной отрасли**

Делимся интересными  
и яркими событиями  
нашей работы  
в фотоподборке



Стратегический вопрос: как российским рыбакам вернуться в Мировой океан — обсуждали в 2006 году на круглом столе, организованном Fishnews совместно с Клубом капитанов рыбопромыслового флота. Профессионалы отрасли, работавшие на экспедиционном промысле в советское время, делились своим опытом. Вице-президент ВАРПЭ Юрий МОСКАЛЬЦОВ предложил задействовать целевую комплексную программу по освоению биоресурсов Мирового океана

Разделить с рыбаками и верфями радостные моменты при строительстве нового флота — это всегда волнительно. Еще бы, такая масштабная работа! В 2018 году шеф-редактор Fishnews Анна ЛИМ освещала спуск на воду первого отечественного крابلота «Русь», заказанного группой компаний «Антей»





Сахалинская область — регион с рыбацкой душой, где всегда с огромным удовольствием работали наши авторы. На фото: генеральный директор «Фишнюс» Яна ЯШИНА и руководитель департамента региональных проектов РИА Fishnews.ru Ксения ПИСАРЕВА на Сахалине в 2008 году



Главный редактор газеты «Fishnews Дайджест» Наталья СЫЧЁВА готовится ловить в объектив рыбацкую жизнь на Амуре. По итогам этой поездки в 2017 году родилась настоящая поэма в прозе

А это уже Камчатка... Музей «Океанрыбфлота» в интерактивном формате рассказывает не только о предприятии, но и о рыбной промышленности края. Благодаря фоторепортажу Алексея СЕРЕДЫ возможность «прогуляться» по экспозициям получили и читатели Fishnews





► Практические наработки и теоретическая база отечественного рыбоводства всегда остаются одной из главных тем. На фото: о рабочем процессе Анне ЛИМ рассказывают на Невском рыбоводном заводе



► Пишем не только о промышленном рыболовстве. Ежегодно заражаем читателей азартом соревнований «Сахалинский лед». В 2016 году своим рыбацкими впечатлениями с Натальей СЫЧЁВОЙ поделился и Олег КОЖЕМЯКО, тогда – губернатор островного региона



► Как обсуждались ключевые для отрасли вопросы – 2018 год, IV Всероссийский съезд рыбаков. Памятный снимок с руководством Ассоциации «Росрыбхоз» — специалисты объединения всегда с готовностью помогают нам писать об аквакультуре



► Как вырастить гребешка... 2019 год, инновационный научно-производственный центр марикультуры Тихоокеанского филиала ВНИРО на острове Попова

ЖУРНАЛ

**FISHNEWS**

НОВОСТИ РЫБОЛОВСТВА  
ИЗДАЕТСЯ С 2006 ГОДА

16+

**РЕДАКЦИЯ**

**ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР**

Наталья Олеговна ДУБОВИК,  
n\_sycheva@inbox.ru

**СЕТЕВОЕ ИЗДАНИЕ FISHNEWS.RU**

Главный редактор - Маргарита КРЮЧКОВА,  
margarita\_kr@bk.ru  
Алексей СЕРЕДА,  
aleksey@fishnews.ru  
Анна ЛИМ,  
anna@fishnews.ru

**КОРРЕКТОР**

Ольга МАЛЬЦЕВА

**ВЕРСТКА & ДИЗАЙН**

Виталий КОЧЕТКОВ

**ФОТО НА ОБЛОЖКЕ**

Ольга ШУТЬ

**ФОТОГРАФИИ**

Ольга ШУТЬ, Виктор БУКВЕЦКИЙ,  
Андрей КИМ, Арина БУРЛАКОВА,  
Антон НОВГОРОДОВ, пресс-службы:  
Ехро Solutions Group, транспортная  
группа FESCO, Дальневосточная  
рыбпромышленная управляющая  
компания, Камчатский филиал 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»**  
№ 2 (85) 2026 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: 25.06.2026 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+».

# Сохраняя ресурсы, думаем о будущем



ФГБУ «ГЛАВРЫБВОД»



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».



[www.glavrybvod.ru](http://www.glavrybvod.ru)



МОРЕОДОР

## Добро пожаловать на борт МОРЕОДОР!

Работаем с 2010 года

20+

стран-партнёров

400+

уникальных  
товарных позиций

2500+

клиентов

- 📍 Москва
- 📍 Санкт-Петербург
- 📍 Нижний Новгород
- 📍 Владивосток

- Многолетний опыт в рыбной индустрии
- Количество позиций в ассортименте больше, чем в среднем по рынку
- Длительное сотрудничество с иностранными поставщиками
- Стабильные показатели, обеспечение непрерывности продаж

На регулярной основе расширяем ассортимент закупок и импортируем в Россию ранее не представленные на рынке рыбу и морепродукты.



+7 (495) 231-42-49



info@moreodor.ru

Юридический адрес: 117292, г. Москва, ул. Профсоюзная,  
д.3, офис 412

На правах рекламы



moreodor.ru