

АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ РЫБОЛОВСТВА

УДК 639.2.05

**СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
РЫНКОВ СБЫТА ПРОДУКЦИИ ИЗ МИНТАЯ**

© 2017 г. Б.И. Покровский, Г.Э. Бек-Булат, К.А. Кайзер

*Тихоокеанский научно-исследовательский рыбохозяйственный центр,
Владивосток, 690091
E-mail: pokrovsky@tinro.ru*

Поступила в редакцию 17.02.2017 г.

В работе анализируются современное состояние и перспективы развития рынков сбыта продукции из минтая Дальневосточного рыбохозяйственного бассейна. Произведена оценка современного состояния российского промысла и переработки минтая в сравнении с переработкой уловов восточноберинговоморского минтая (США). Показаны основные направления экспорта продукции из этой рыбы, включая перспективные рынки сбыта. Проанализированы некоторые аспекты внутреннего рынка продукции из минтая, такие как емкость, ассортимент, особенности ценообразования и потенциал развития. Рассчитан доход от переработки уловов минтая при производстве различных видов продукции.

Ключевые слова: минтай, Дальневосточный рыбохозяйственный бассейн, переработка, рынки сбыта, ассортимент, развитие.

ВВЕДЕНИЕ

Минтай является основным объектом промысла в Дальневосточном рыбохозяйственном бассейне со второй половины XX в. Значимость промысла этого объекта для рыбопромышленных компаний Российской Федерации в настоящее время трудно переоценить. Так, доля вылова минтая от общего объема добытых на Дальнем Востоке биоресурсов ежегодно составляет около 60%.

Вместе с тем использование этого ресурса на данный момент нельзя признать эффективным. Переработка рыбы носит сырьевой и экспортоориентированный характер, потенциал некоторых рынков сбыта российскими рыбохозяйственными компаниями никак не используется, а сильная зависимость от иностранной переработки увеличивает отраслевые риски. Кроме того, из-за потери потенциальных рабочих мест и налоговых поступлений определенный ущерб наносится и российским национальным интересам.

В представленной работе анализируются перспективы диверсификации производства, сбыта продукции из минтая и перспективы развития внутреннего рынка. Целенаправленные усилия российских компаний на этом пути помогут более эффективно использовать ресурсы основного объекта российского рыбного промысла.

МАТЕРИАЛ И МЕТОДИКА

Добыча минтая приносит основную часть дохода многим дальневосточным рыбохозяйственным предприятиям, особенно крупным. На топ-10 крупнейших держателей квот приходится 46% общего допустимого улова (ОДУ) этой рыбы, в 2016 г. минтай составлял в среднем 73,5% от общего объема квот, выделенных данным компаниям. Среди остальных компаний квоты на минтай составляют 68,7%, тогда как 39% рыболовных предприятий вообще не имеют квот на этот объект промысла.

Таблица 1. Структура первичной переработки уловов минтая в РФ и США в 2015–2016 гг., % по сырцу*

Вид продукции	Россия		США	
	2015	2016	2015	2016
Рыба неразделанная	20,3	20,3	0	0
Рыба обезглавленная (в том числе пб/г)	68,1	65,8	5,2	3,4
Филе	9,7	12,0	41,3	40,5
Фарш	1,9	1,9	5,9	8,2
Фарш-сурими	0	0	47,5	47,5
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0

Примечание. *Рассчитано авторами по: Рыбный курьер-профи. Еженед. бюл. о международ. рыб. бизнесе (<https://www.fishnet.ru/issues/rk-profi/>). Пб/г – потрошенная обезглавленная рыба.

Однако наличие значительных квот минтая у крупнейших компаний отрасли показало, что эти предприятия не используют ресурс с максимальной отдачей. Основными видами продукции российской судовой переработки являются обезглавленный (б/г) и неразделанный (н/р) мороженный минтай, что существенно отличается от структуры переработки другого крупного производителя продукции из данного вида рыбы – США (табл. 1).

Как видно из табл. 1, российская структура производства продукции из минтая значительно отличается от структуры своего основного конкурента. Расчет с использованием данных табл. 1 показал, что переработка 1 т ресурса обеспечивает американским производителям доход в размере около 1 540 долл. США, в то время как российские переработчики получают на 17% меньше – лишь 1 280 долл. США. Кроме того, за счет диверсификации производства американские поставщики имеют возможность более гибко реагировать на изменения рыночной конъюнктуры, быстро меняя соотношение производства основных видов продукции.

Несмотря на то что основу российской продукции составляет рыба низкой степени переработки (б/г и н/р), необходимо указать на положительную тенденцию роста объемов производства мороженого филе. После значительного спада объемов произ-

водства этого вида продукции в 2010 г. до 22,7 тыс. т в 2015 и 2016 гг. отмечен резкий рост до 40,2 и 54,1 тыс. т соответственно. Ввиду снижения китайскими переработчиками закупочных цен на российское сырье отечественные производители уделяют производству филе больше внимания, чем прежде, что и отражается на росте объемов переработки. Что касается другой положительной тенденции в структуре переработки, то можно отметить постепенный рост объемов производства рыбного фарша. Резким контрастом является значительная доля сурими у производителей США наряду с полным отсутствием ее у российских.

Помимо продукции, указанной в табл. 1, важное значение для российского промысла имеет выпуск икры, которая в отличие от мороженой рыбы реализуется на торговых площадках в г. Пусан (Республика Корея). Основным потребителем российской икры является Япония (59,5% в 2015 г.). Ежегодное производство мороженой икры минтая составляет около 30 тыс. т, что при средней цене импорта российской икры 5,5 долл. США/кг (Япония, Корея, Китай) имеет товарную стоимость более 150 млн долл. США. Стоимость других видов продукции из минтая (н/р, б/г, филе), направляемой на экспорт, по данным Федеральной таможенной службы, достигает 1 млрд долл. США.

Кроме мороженой икры во время плавания минтая заготавливают значительные объемы молока (5,3 тыс. т в 2016 г.), печени (4,2 тыс. т) и рыбной муки (50,6 тыс. т). Часть печени прямо в море перерабатывается на консервы (2,6 тыс. т), а часть замораживается для последующего выпуска медицинского жира (1,6 тыс. т, или 38,0%). Нужно также отметить, что с учетом конъюнктуры рынка объем производства рыбной муки растет опережающими темпами по сравнению с производством других видов продукции — разделанной рыбы, филе и фарша, что говорит об увеличении степени использования отходов переработки. В целом за последние пять лет производство рыбной муки увеличилось в 1,5 раза — с 34,4 тыс. т в 2012 г. до 50,6 тыс. т в 2016 г.

Несмотря на ряд позитивных сдвигов в структуре выпуска готовой продукции, сложившаяся модель переработки минтая по-прежнему означает для российской экономики существенную потерю добавленной стоимости, так как большая часть полученных полуфабрикатов (н/р и б/г) вывозится за рубеж (табл. 2). Доля экспорта произведенной из минтая продукции ежегодно составляет порядка 80% (82,6%, или 775,2 тыс. т по мороженой рыбе в 2015 г.). Для филе это значение несколько ниже — 65–70% (68,1%, или 27,4 тыс. т).

Из данных табл. 2 видно, что основными потребителями российского мороженого минтая являются страны Восточной Азии — Китай и Южная Корея. Следует, однако, различать эти два направления, поскольку в Корею минтай вывозится в неразделанном виде для внутреннего потребления, а в Китай — обезглавленная рыба для последующей переработки полученного сырья в рыбное филе и реэкспорта в Европейский Союз.

Для китайских переработчиков импорт российского минтая выступает в качестве практически безальтернативного источника поставок морской белой рыбы. Доля России в импорте составила за 2013–2015 гг. в среднем 86,0% от общего объема ввезен-

ного мороженого минтая (89,6% в 2015 г.). Единственная страна, также теоретически способная поставлять большие объемы минтая для переработки на филе — США, на практике не сможет восполнить дефицит сырья, поскольку американские производители сами полностью перерабатывают свой улов, конкурируя в дальнейшем с китайскими поставщиками на рынке ЕС.

Экспортно-сырьевой характер российской переработки минтая приводит к потере добавленной стоимости, однако в число основных негативных последствий следует также включить потерю потенциальных рабочих мест, снижение налоговой базы, рост рисков реализации продукции, экономическую зависимость и угрозу продовольственной безопасности страны. Решение этих проблем возможно при диверсификации внешних рынков сбыта и развитии внутреннего российского рынка.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

К перспективным экспортным рынкам для продукции из российского минтая следует отнести два следующих направления.

Первое — это рынок филе тресковых рыб в странах Евросоюза, США и в перспективе Бразилии. Сегодня ЕС, по данным информационного ресурса Fish Information and Services в 2016 г., ежегодно импортирует порядка 270 тыс. т филе минтая и 40–50 тыс. т свежего филе трески (<http://www.fis.com>). Импорт мороженого филе минтая в 2015 г. составил 265,6 тыс. т, из которых всего 28,4 тыс. т (10,7%) — российская продукция. Доля США — ближайшего конкурента по качеству продукции — составила 30,5%, Китая — 58,2%. Китайское филе, сделанное из российского сырья, пользуется популярностью из-за относительной дешевизны: так, в среднем за 2013–2015 гг. цены на китайское филе (2,15 евро/кг) были на 13% ниже, чем цены на американское филе (2,47 евро/кг), и на 9% ниже, чем цены филе российского производства (2,37 евро/кг).

Таблица 2. Российский экспорт мороженого минтая (в сумме неразделанный и обезглавленный) в 2014–2016 гг.

Месяц	КНР		Республика Корея		Всего	
	Объем, т	Цена, долл. США/кг	Объем, т	Цена, долл. США/кг	Объем, т	Цена, долл. США/кг
Всего	2014					
	513 124	1,33	177 115	0,98	705 528	1,25
	2015					
Январь	31 956	1,27	10 261	0,97	42 874	1,20
Февраль	38 896	1,26	16 292	0,94	56 088	1,17
Март	95 353	1,31	20 897	1,07	116 618	1,27
Апрель	117 755	1,29	22 046	0,95	140 993	1,24
Май	29 141	1,30	2 553	1,30	32 628	1,30
Июнь	24 076	0,96	2 396	1,29	27 541	1,00
Июль	38 816	1,12	17 509	0,92	57 412	1,06
Август	43 694	1,29	26 829	0,94	71 584	1,15
Сентябрь	48 165	1,25	11 461	0,96	60 900	1,20
Октябрь	42 185	1,24	22 621	0,90	65 924	1,13
Ноябрь	25 140	1,28	11 781	0,92	38 431	1,18
Итого	535 177	1,26	164 647	0,96	711 012	1,19
Декабрь	47 054	1,20	15 741	0,91	64 214	1,13
Всего	582 230	1,25	180 388	0,96	775 226	1,19
	2016					
Январь	39 952	1,18	13 247	0,99	54 775	1,13
Февраль	56 165	1,13	12 094	0,93	69 517	1,10
Март	88 909	1,07	25 272	0,93	115 695	1,05
Апрель	54 863	1,17	19 165	0,95	75 432	1,12
Май	12 017	1,12	2 096	0,90	15 034	1,10
Июнь	11 986	0,87	6 173	0,91	19 008	0,90
Июль	35 421	1,06	19 990	1,00	56 470	1,04
Август	54 734	1,07	28 153	0,93	84 302	1,03
Сентябрь	82 987	0,97	18 449	0,95	102 812	0,97
Октябрь	56 391	0,95	29 066	0,88	87 221	0,93
Ноябрь	44 148	1,02	14 599	0,92	59 032	1,01
Итого	537 572	1,06	188 304	0,94	739 297	1,03

Примечание. Рассчитано авторами по: <http://www.customs.ru/>.

Также значителен внутренний рынок мороженого филе минтая в США, объем которого колеблется год от года в пределах 100–125 тыс. т (Wholesale Market ..., 2016). Половина рынка занята американскими производителями (51,0% поставок в 2014 г.),

другая половина представлена импортом, в основном из Китая. Крупнейшими покупателями продукции выступают розничные торговые сети (Walmart, Kroger, Target и др.) и рестораны быстрого питания (McDonalds, Burger King).

Бразилия является довольно перспективным рынком для российских производителей филе минтая. До недавнего времени этот рынок был занят в основном китайской продукцией, однако с 2012 г. его начали осваивать и американские производители. Общий объем импорта филе минтая в отдельные годы достигал более 60 тыс. т.

Рынок филе обладает особой привлекательностью для российских рыбопромышленников по нескольким причинам, главной из которых является высокая конкурентоспособность российской продукции. Обладая сходным качеством по сравнению с филе морской заморозки американского производства (промысел сертифицирован организацией Marine Stewardship Council), российская продукция имеет более низкую цену. В то же время позиции китайских переработчиков сильно зависят от поставок российского сырья. Возможное сокращение поставок может привести к необходимости повышения цен на готовую продукцию, что отразится на привлекательности китайского филе для европейских и американских потребителей.

При выходе на рынок филе необходимо учитывать сильную конкуренцию со стороны производителей филе аквакультурной белой рыбы — тилапии и пангасиуса. Импорт в США и Европу филе этих видов рыб составил в 2014 г. значительный объем — 434,1 тыс. т. При этом цена не является конкурентным преимуществом китайских и вьетнамских производителей. Например, средняя стоимость филе тилапии при импорте в США и ЕС составляла в 2014 г. 4,9 долл. США/кг, что существенно выше цены на филе минтая российских производителей, которая сопоставима с ценой на филе пангасиуса (2,8 долл. США/кг) (Wholesale Market ..., 2016).

Вторым потенциальным экспортным направлением для российской продукции, в данное время никак не используемым отечественной рыбной промышленностью, является рынок сурими. К крупнейшим рынкам сбыта этого вида продукции можно отнести рынки Японии, Южной Кореи и ЕС (Vidal-Giraud et al., 2007). Наибольшим по емкости и, соответственно, объему импорта является японский рынок. В 2015 г. Япония импортировала 258,9 тыс. т сурими по цене 338 йен/кг (2,79 долл. США/кг). На втором месте — Корея (124,3 тыс. т по цене 1,88 долл. США/кг), на третьем — страны ЕС (48,1 тыс. т по цене 2,50 долл. США/кг). Большая часть поставок в Японию осуществляется из США. В 2015 г. объем поставок из этой страны составил 116,5 тыс. т, или 45,0% общего объема импорта данного вида продукции. Другими значимыми поставщиками для японской перерабатывающей промышленности являются Индия (31,6 тыс. т) и Таиланд (11,5 тыс. т).

Японская пищевая промышленность использует полученное сырье для производства потребительской продукции на базе сурими, а именно специальных рыбных котлет «камабоко» разных способов приготовления (около 70% производства), а также различных рыбных колбас, рыбной ветчины, крабовых палочек и пр. (30%) (Sonu, 2015). Корейский импорт сурими в настоящее время базируется в основном на вьетнамской и китайской продукции. Объем импорта из этих стран в 2015 г. составил 56,3 и 28,2 тыс. т соответственно (45,3 и 22,7% от общего объема импорта). Другим значимым поставщиком являются США — 19,7 тыс. т (15,9%). Рынок Евросоюза в отношении стран-контрагентов еще менее диверсифицирован, чем рынки Японии и Южной Кореи. В 2015 г. 76,2% (36,7 тыс. т) импорта приходилось на Соединенные Штаты, поставлявшие сурими, произведенное из минтая и трески. Остальные объемы завозились преимущественно из Вьетнама — 8,5 тыс. т (17,7%).

Россия в данный момент практически не представлена на мировом рынке сурими и

продукцией из этого полуфабриката, хотя у отечественных рыбопромышленников имеется опыт организации производства высококачественного сурими, например, у ПАО ХК «Дальморепродукт», плавбазы «Виктория». Максимальные объемы производства на Дальневосточном рыбохозяйственном бассейне в отдельные годы доходили до 2 тыс. т (2013 г.). Однако выпуск сурими нестабилен и в последние два года, как уже отмечалось, производство этого вида продукции отсутствовало. Нельзя сказать, что ориентация на сурими однозначно приведет к росту доходов российских рыбопромышленников. Для этого есть ряд препятствий.

Во-первых, цены на сурими из минтая, как правило, ниже цен на филе. Так, превышение стоимости филе над стоимостью сурими за 2013–2015 гг. по статистике импорта ЕС составило 14,2%. Разницу в ценах можно объяснить большой насыщенностью рынка, а также тем, что сурими является полуфабрикатом для выпуска потребительской продукции, в то время как филе минтая активно продается на розничном рынке (в странах ЕС и США). Во-вторых, рост конкуренции с другими производителями должен привести к падению цен, что особенно актуально для российских промышленников, поскольку для захода на сырьевые рынки часто необходимо устанавливать более привлекательные цены. Однако есть и преимущества.

Одним из них является возможность поддержания стабильного качества продукции, поскольку из-за наличия значительной сырьевой базы отечественным рыбопромышленникам нет необходимости смешивать полученное из минтая сурими с сырьем из других видов рыб. Кроме того, минтай представляет собой морскую рыбу с белым мясом, что позволяет успешно конкурировать с производителями из Вьетнама, Индии или Китая. В любом случае, если российские рыбопромышленники решат развивать собственную переработку минтая, выпуск больших объемов филе не сможет привести к оптимальному результату из-за ограниченной емкости рынка и падения цен, в связи с чем

значимую альтернативу может представлять производство сурими. Подобный результат был достигнут американскими компаниями, когда на фоне увеличения объемов вылова в начале 2000-х гг. они диверсифицировали производство и увеличили долю выпуска филе минтая с прежних порядка 20% до нынешних 40%.

Выход на внешние рынки подразумевает столкновение с жесткой конкуренцией, однако не всегда следование правилам этой конкуренции приносит ожидаемый результат. В качестве примера можно привести сертификацию промысла охотоморского минтая по стандартам MSC, предполагавшую возможность входа российских рыбопромышленников в европейские и американские торговые сети и сети общественного питания, а также повышение цен на российскую продукцию до уровня производителей США. Ассоциация морских процессоров (АРА) подавала апелляции в MSC по поводу сертификации российского промысла. Однако, когда это не сработало, американские переработчики минтая анонсировали собственный стандарт, чтобы избежать прямой конкуренции со стороны российских производителей. В результате российское филе минтая, обладая столь же высоким уровнем качества, как и американское, по-прежнему оценивается европейским рынком существенно ниже.

В связи с описанной ситуацией особую актуальность приобретает развитие внутреннего рынка России. Этот рынок пока что не слишком требователен к качеству продукции и для российских рыбопромышленников мог бы служить важной опорой в диверсификации производства и повышении стабильности поставок. Кроме того, активное продвижение продукции на внутреннем рынке может открыть доступ в дополнительные сегменты рынка, например, в детское и диетическое питание.

Сегодня российский минтай поступает на внутренний рынок главным образом в обезглавленном или неразделанном виде. Емкость рынка мороженого минтая (н/р и б/г), рассчитанная по объемам про-

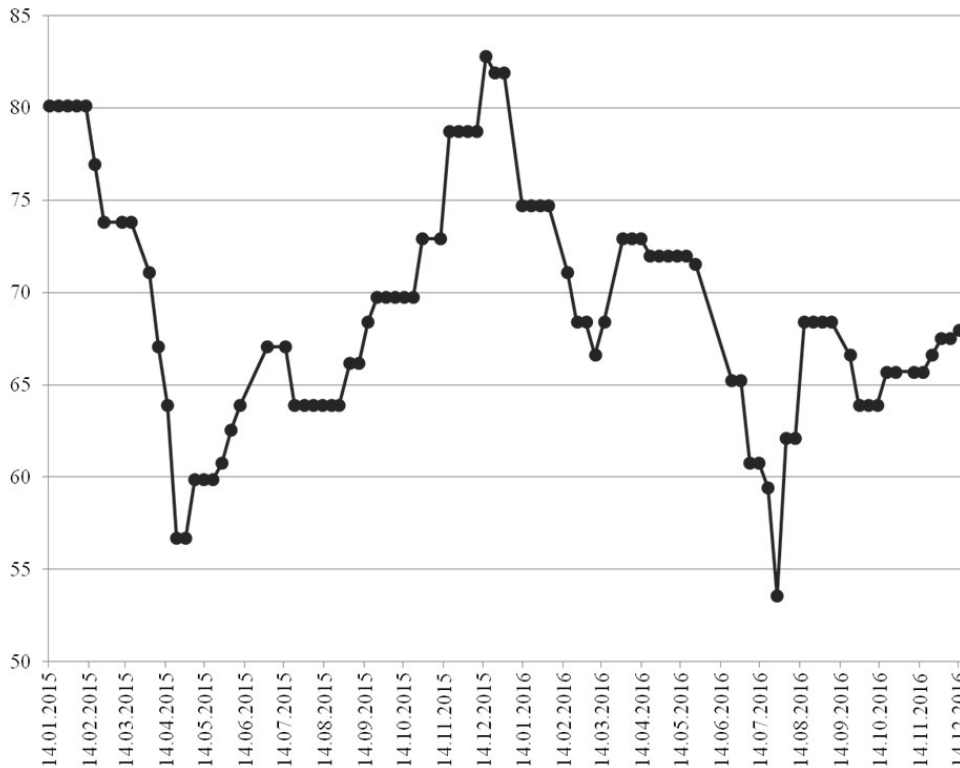


Рис. 1. Цена на минтай обезглавленный мороженный размером 25+ см на Дальнем Востоке на условиях «от борта» (ФОБ) в 2015–2016 гг., руб/кг (по данным: <https://www.fishnet.ru/issues/rk-profi/>).

изводства, экспорта и импорта, в 2015 г. составила около 160 тыс. т. За период с 2012 по 2015 гг. эта величина колебалась в пределах от 60 до 200 тыс. т с нормальным объемом 150–200 тыс. т. Цены на мороженный минтай различаются в зависимости от региона и звена в цепочке продаж (производитель, оптовый продавец, розница). На рис. 1 приведена динамика изменения цены на обезглавленный минтай на условиях «от борта» – Free on board (ФОБ).

Стоит отметить, что цены на внутреннем рынке сильно зависят от цен экспорта и импорта. Так, после девальвации рубля, отмеченной в конце 2014 г., цены на обезглавленный минтай ФОБ размером 25+ выросли за 4 месяца с октября 2014 г. по февраль 2015 г. на 66,7%, после чего в середине 2016 г. произошла их корректировка, и они упали ниже 55 руб/кг. Однако среднегодовая цена за 2015 г. превысила цену 2014 г. на 40,0%. Зависимость цен внутреннего рынка от цен внешнего рынка говорит о том, что

внутренний российский рынок продукции из минтая не обладает необходимой степенью конкуренции, а поставки осуществляются по остаточному принципу. Увеличение экспортных и импортных цен в рублях из-за девальвации валютного курса должно было создать ценовые преимущества для российских производителей. Однако характер конкуренции на внутреннем рынке таков, что рыбопромышленники предпочитают повышать цены на свою продукцию, а не бороться за увеличение доли рынка.

В связи с этим имеет смысл осветить вопрос об особенностях российского рынка продукции из минтая, мешающих созданию здоровой конкурентной среды. Как уже указывалось, одной из главных причин является ориентация отрасли на сырьевой экспорт. Другой причиной является ограниченный ассортимент продукции из минтая, что отчасти обусловлено слабым продвижением продукции высокой степени переработки.

В качестве третьей причины можно назвать относительно низкий платежеспособный спрос на рыбную продукцию в массовом сегменте. В результате на прилавках нередко можно увидеть плохо упакованную мороженую рыбу низкой степени разделки, рассчитанную в основном на потребителей с низкой покупательной способностью. Со временем при росте доходов населения и под давлением изменения потребительских предпочтений ситуация в продажах может улучшиться, и тогда отечественным производителям придется тратить значительные ресурсы на конкуренцию с импортным товаром, поэтому уже сегодня необходимо предпринимать целенаправленные усилия для переработки сырья и продвижения продукции на внутреннем рынке. Это может касаться как крупных рыбопромышленных компаний, так и сельскохозяйственных холдингов, специализирующихся на производстве продовольственной продукции.

Впрочем, тенденцию развития внутреннего рынка отечественной продукции из минтая в настоящее время можно охарактеризовать как умеренно положительную. Так, например, за последние два года (2015–2016 гг.) российский импорт филе минтая, практически на 100% состоящий из китайского филе двойной заморозки, сократился более чем в два раза: с 13,3 тыс. т в 2014 г. до 5,5 тыс. т в 2015 г. (за январь–ноябрь 2016 г. было импортировано 4,0 тыс. т). При этом емкость рынка осталась прежней — порядка 15,0–20,0 тыс. т (18,4 тыс. т в 2015 г.), что позволило отечественным рыбопромышленникам увеличить свою долю до 70,0%. Эффект, впрочем, может быть лишь временным в силу ослабления курса рубля. Тем не менее российские компании сумели проявить известную долю гибкости, нарастив продажи филе на внутренний рынок и увеличив его долю в общем объеме поставок мороженой продукции из минтая до 10%.

Помимо мороженой рыбы и филе на внутреннем рынке представлены и другие виды продукции из минтая. Ассортимент включает в себя рыбный фарш, минтай суше-

ный и вяленый, консервы из икры и печени минтая. Динамика оптовых цен на некоторые виды продукции представлена на рис. 2.

Значительные колебания оптовых цен, представленные на некоторых графиках рис. 2, обусловлены малой величиной и неустойчивостью выборки, а не особенностями ценообразования. Наиболее репрезентативные данные можно получить по среднемесячным ценам на обезглавленный минтай и филе.

В целом ресурсы минтая могли бы использоваться более эффективно. Появление на рынке Российской Федерации и стран Таможенного Союза импортной продукции высокой степени переработки (продукция компаний «Viciunai» и «Санта-Бремор» — более 50% российского рынка продукции из сурими) можно рассматривать как косвенный признак значительного необеспеченного покупательского спроса населения на рыбопродукцию среднего ценового диапазона. В связи с этим можно говорить о высоком потенциале программ продвижения на внутренний рынок продукции из минтая высокой степени переработки, а также развития соответствующих перерабатывающих производств в России.

Ассортимент продукции из минтая можно расширить, если добавить в него полуфабрикаты и кулинарию: формованные изделия из фарша, рыбные палочки, имитации на основе сурими, композитные блюда (пицца, фишбургеры, салаты и пр.). Часть этой продукции, конечно, нецелесообразно производить на предприятиях рыбной промышленности. Но развитие этого направления будет активно стимулировать всю цепочку продукции добавленной стоимости, включая филе.

На рис. 3 представлена диаграмма, составленная авторами, на которой отражено соотношение уровня дохода при переработке 1 т сырья в различные виды продукции. С учетом технологических потерь сырья и выпуска побочной продукции (мороженая икра, консервированная печень, рыбная мука и рыбий жир) наибольший доход дает производство крабовых палочек (1 839 долл. США), рыбных котлет (1 660

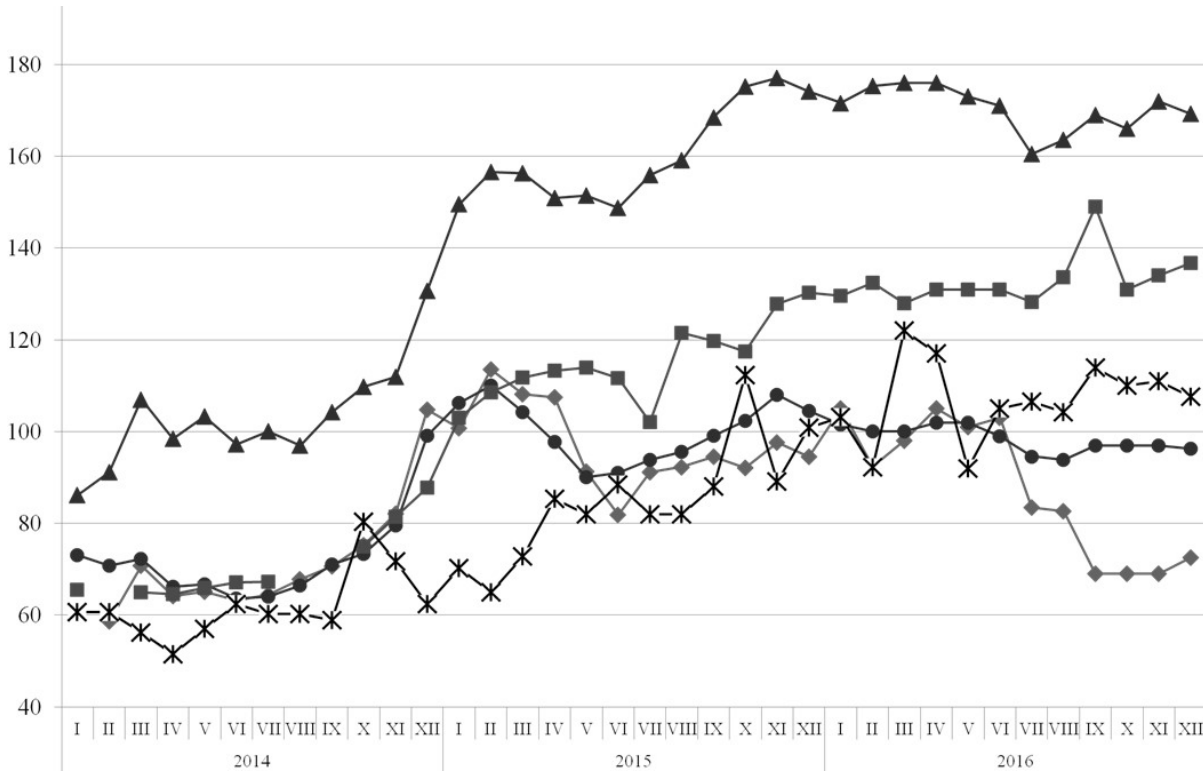


Рис. 2. Динамика оптовых цен на продукцию из минтая в Москве и Московской обл. в 2014–2016 гг., руб/кг: (◆) – неразделанный, (●) – без головы, (▲) – филе, (■) – фарш, (✱) – консервы из печени (по данным базы предложений рыбопродукции Fishnet).

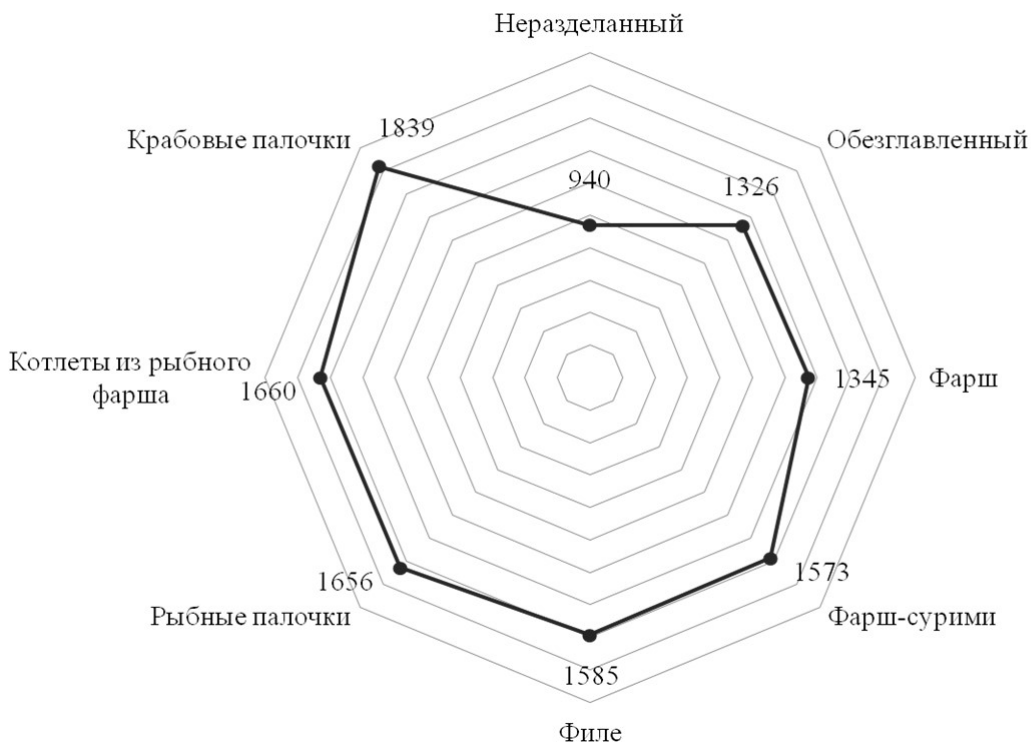


Рис. 3. Доход от переработки 1 т минтая в готовую продукцию, долл. США/т.

и рыбных палочек (1 656), за ними следуют филе (1 585), фарш-сурими (1 573), фарш (1 345) и обезглавленный минтай (1 326), на последнем месте находится неразделанная мороженая рыба (940). Конечно, при выпуске готовой продукции высокой степени переработки нужно учитывать также рост издержек, однако глубокая переработка уловов позволяет диверсифицировать сбыт, а цены на продукцию со временем могут быть повышены, особенно если она отличается высоким качеством, имеет хорошую упаковку и выпускается под хорошо известным брендом.

России не всегда будут покупать мороженую рыбу минимальной степени разделки. Более того, уже сейчас существует значительный потребительский сегмент, обладающий достаточным платежеспособным спросом для регулярного приобретения готовой продукции из минтая среднего и высокого ценового сегмента. От конъюнктуры рынка зависит, какую продукцию будут поставлять рыбопромышленные компании на внутренний и международный рынки и насколько значительной будет доля импорта на внутреннем рынке продукции из минтая и других тресковых пород рыбы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение необходимо отметить, что конкурентные преимущества формируются не только за счет доступа к дешевым источникам сырья и рабочей силы, с которыми у добытчиков минтая дела обстоят хорошо, но и за счет предпринимательского ресурса, а именно способности с известной долей упреждения реагировать на изменения рынка и потребительских предпочтений. Жители

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Sonu S.C. Surimi supply, demand, and market of Japan. Long Beach: NMFS, 2015. 35 p.

Vidal-Giraud B., Chateau D. World surimi market. Rome: FAO, 2007. 128 p.

Wholesale market profiles for alaskan groundfish and crab fisheries. Seattle: Alaska Fish. Sci. Center, 2016. 134 p.

CURRENT STATE AND FORECASTING WALLEYE POLLOCK MARKETS DEVELOPMENT

© 2017 y. B.I. Pokrovsky, G.Z. Beck-Bulat, K.A. Kaiser

Pacific Scientific Research Fisheries Centre, Vladivostok, 690091

E-mail: pokrovsky@tinro.ru

Current state and future of the Russian Far East Pollock market development is analyzed below. Comparison of the current state of the Russian Pollock fishery and processing to the East Bering Sea Pollock processing in the USA also is produced here. Main export flows for this kinds of Pollock products are shown with perspective fish markets of future sales. The main domestic fishery market aspects such as market capacity, range of possible goods, essential features of pricing and possibilities for market development are analyzed in this article. Estimations of raw pollock goods income for different kinds of products are presented here. *Keywords:* pollock, Russian Far East fishing grounds, fish processing, sale markets, range of goods, development.