

Как увеличить потребление рыбы в России?

Совместное исследование Центра социального проектирования «Платформа», НКО «Рыбный союз» и X5 Group

80% опрошенных россиян признают значимость регулярного потребления рыбы для здорового рациона, при этом еженедельно едят рыбу и рыбные продукты лишь 37% респондентов.

В рамках проекта «Лаборатория ритейла» Центр социального проектирования [«Платформа»](#) совместно с [Рыбным союзом России](#) провел исследование потребления рыбы в России. В отечественной рыбной отрасли складывается противоречивая ситуация: при общем высоком вылове рыбы страна испытывает трудности в развитии внутреннего рынка. От этого страдают все участники процесса – рыбаки, переработчики, дистрибьютеры, ритейлеры и потребители. Выстроить стабильные и взаимовыгодные отношения между ними мешают внутренняя рассогласованность и разные интересы. Выделение **центра ответственности** и проведение **системной политики по повышению доступности рыбных продуктов** для населения помогут в урегулировании сложившейся ситуации – считают эксперты.

ЦСП «Платформа» публикует результаты исследования **ожиданий и запросов** всех участников рынка. **Основные выводы:**

Сегодня в обществе выделяются две основные модели потребления рыбы – «советская» (45+ лет) и «современная» (наиболее типично – для молодежи 18-24 лет). Первая группа считает рыбу важным элементом здорового питания (65% опрошенных), умеет ее готовить и выбирать. Рыба для них – часть повседневного стола. Во второй группе польза рыбы для здоровья не приоритетна, рыбу реже едят дома и как самостоятельное блюдо, чаще – в составе других блюд. Рыба выглядит продуктом сложным в приготовлении, требующим навыков и времени.

В конкуренции среди популярных белковых продуктов за право оказаться на столе рыба занимает последнее место. Эксперты сходятся во мнении,

что исторически для нашей культуры питания более характерны мясные блюда. В восприятии большинства потребителей (62%) **рыба – не ключевой продукт для нашей кухни.**

Диетологи отмечают, что благоприятное воздействие на организм, профилактика хронических заболеваний происходит при регулярном потреблении рыбы – минимум два раза в неделю. Среди респондентов рыба также высоко (80%) оценивается с точки зрения здорового питания. 94% опрошенных с детьми уверены, что **рыба обязательно нужна детям для полноценного развития.** Представление о пользе для здоровья при существующих ценовом и ассортиментном барьерах формирует **неудовлетворенный запрос** (56% опрошенных россиян считают, что они потребляют рыбу недостаточно).

Цена, качество и формат продукта – «три кита» снижения спроса на рыбу. У каждого участника отрасли свои проблемы: у потребителя – высокая стоимость (75% респондентов едят рыбу реже по этой причине), у ритейлеров – **сложность продаж и слабая проактивность поставщиков и производителей,** у переработчиков – **низкие инвестиции в развитие внутреннего рынка и отсутствие четкого регулирования,** у рыбаков – **отсутствие современной инфраструктуры и нестабильность рубля.**

66% опрошенных россиян считают, что за последнее время **цены на рыбу существенно выросли.** Рост подтверждают и игроки отрасли, объясняя его колебаниями валютного курса.

Прямой высокой стоимости рыбной продукции на ее потребление также влияет **качество продукта.** По мнению 74% опрошенных из самой «экспертной» группы населения (55+ лет) качество рыбной продукции на прилавках слишком низкое.

Стереотипные представления о рыбе – еще один сдерживающий фактор потребления. 25% респондентов считают, что замороженная рыба бесполезна для здоровья. Это означает и представление о более высокой стоимости продукта: «свежая рыба не может быть дешевой».

69% опрошенных согласны с тем, что **государство должно стимулировать потребление рыбы.** Специфика рыбного рынка – в его зависимости от экологической ситуации. Поэтому один из основных запросов – на заботу о водоемах.

В целом российский потребитель считает ее регулярное **употребление рыбной продукции значимым для своего здоровья и здоровья детей.** Однако его **отталкивают:** неумение готовить рыбу, нежелание тратить на приготовление много времени, стоимость, качество и ассортимент продукции, представленной в

торговых сетях.

Эксперты сходятся во мнении, что для повышения потребления рыбы в России необходимо слаженное и регламентированное взаимодействие всех участников отрасли. Для этого необходимо **разработать программу, включающую:**

повышение осведомленности населения о пользе рыбы, критериях ее качества и потребительских свойствах недооцененных видов (например, минтая);

долгосрочные совместные маркетинговые и коммуникационные кампании;

разработку широкого ассортимента полуфабрикатных изделий, которые будут отвечать требованиям здоровой продукции.

Подробнее – в докладе:

[Скачать PDF](#)