

УДК 635.01

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АКВАКУЛЬТУРЫ В РОССИИ  
(НА ПРИМЕРЕ ВЫРАЩИВАНИЯ КЛАРИЕВОГО СОМА)**

Жукова Ю. С., кандидат экономических наук, доцент

E-mail: zhukova0879@yandex.ru

Маринина А. Ю., старший преподаватель

E-mail: asyu.pch@mail.ru

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Вятский государственный агротехнологический университет»,  
г. Киров, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются перспективы развития аквакультуры в России. Данная отрасль развивается в нашей стране весьма активно, объемы производства продукции аквакультуры ежегодно возрастают. Наиболее популярные виды аквакультуры – амур, карп, толстолобик. В последние годы начало развиваться выращивание такой рыбы, как клариевый сом. В связи с этим рассматриваются возможности открытия фермы по выращиванию клариевого сома в Кировской области, для чего проведена маркетинговая оценка потребительского спроса на данный вид продукции аквакультуры.

Ключевые слова: клариевый сом, аквакультура, маркетинговое исследование, производственные возможности

**PROSPECTS FOR THE AQUACULTURE DEVELOPMENT IN RUSSIA  
(USING THE EXAMPLE OF GROWING CLARY CATFISH)**

Zhukova Yu.S., candidate of economic sciences, associate professor

E-mail: zhukova0879@yandex.ru

Marinina A.Yu., senior lecturer

E-mail: asyu.pch@mail.ru

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education  
«Vyatka State Agrotechnological University», Kirov, Russia

Annotation. The article discusses the prospects of the aquaculture development in Russia. Today this industry is developing very actively in our country, the volume of production of aquaculture products is increasing. The most popular types of aquaculture are amur, carp, silver carp. In recent years, growing of fish such as clary catfish has developed very rapidly. In this regard, the possibilities of opening a farm for growing clary catfish in Kirov region are considered. For this purpose the marketing assessment of consumer demand for this type of aquaculture product has been carried out.

Keywords: clary catfish, aquaculture, marketing research, production capabilities



Согласно Федеральному закону №148 «Об аквакультуре (рыбоводстве) и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», аквакультура (рыбоводство) – деятельность, связанная с разведением и (или) содержанием, выращиванием объектов аквакультуры.

В настоящее время аквакультура открывает большие возможности для малого и среднего бизнеса, что немаловажно с точки зрения развития сельских территорий и открывает также возможности для развития фермерства [2, 7].

Также аквакультура – это и возможности развития различных видов туризма, в том числе охотничьего.

В пресноводной культуре в России разводят амура, карпа, толстолобика, форель, в меньших объёмах – осетра, пелядь, сига, щуку и др. Наибольшую долю в структуре производства товарной продукции пресноводной аквакультуры занимают карповые – 36,2 %, наименьшую – сиговые – 2, 7% [8].

Один из видов продукции аквакультуры, который недавно начал развиваться в нашей стране, – это клариевый, или царский, сом.

Семейство сомовых входит в число самых популярных искусственно выращиваемых рыб. Они неприхотливы в еде, требуют мало места, быстро набирают вес и просты в содержании. Клариевый сом не так давно стал привлекать рыбоводов со всего мира своим вкусным мясом.

В 2023 году в Ярославской области была открыта самая крупная и современная в России ферма по выращиванию африканского клариевого сома.

Ферма планирует производить до 700 тонн рыбы в год, что позволит существенно повысить уровень обеспеченности населения собственной рыбной продукцией.

В Кировской области на данный момент ни один из производителей рыбы не занимается выращиванием клариевого сома, при этом спрос на данную рыбу, пусть и пока незначительный, имеется.



Непосредственно в г. Кирове продажа клариевого сома осуществляется только сетью магазинов ВкусВилл, где продаются такие виды продукции из клариевого сома, как фарш и стейки. При этом продукция продается достаточно активно, рыба завозится на постоянной основе.

С целью изучения спроса на рыбу в Кировской области было проведено маркетинговое исследование [1, 3, 4, 5, 6, 9].

На этапе сбора исходной информации были получены ответы от 115 потребителей. Основная масса участников анкетирования (61 %) – это лица в возрасте до 50 лет. Среди участников опроса 67 % женщины, 33 % мужчины.

В результате обработки ответов респондентов были получены следующие результаты и сделаны выводы.

Результаты исследования показали, что 76 % опрошенных употребляют рыбу в пищу (рисунок 1).

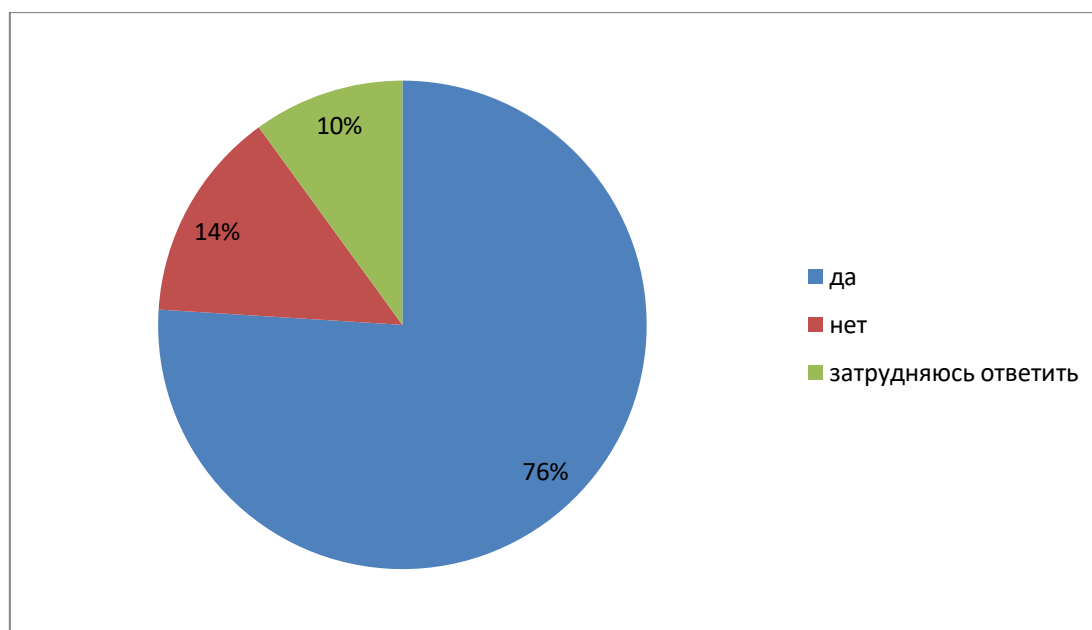


Рисунок 1 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Употребляете ли Вы в пищу рыбу?»



При анализе частоты употребления самым популярным ответом оказался «2-3 раза в месяц» (42 %), каждую неделю употребляют рыбу лишь 24 % опрошенных, остальные респонденты указали на меньшую частоту употребления (реже 1 раза в месяц).

Ответ на вопрос «Какие виды рыбы Вы предпочитаете?» (предполагался выбор нескольких вариантов) показал, что наиболее популярными видами рыбы являются скумбрия и сельдь (34 и 32 % соответственно), на третьем месте находится горбуша (25 %) (рисунок 2).

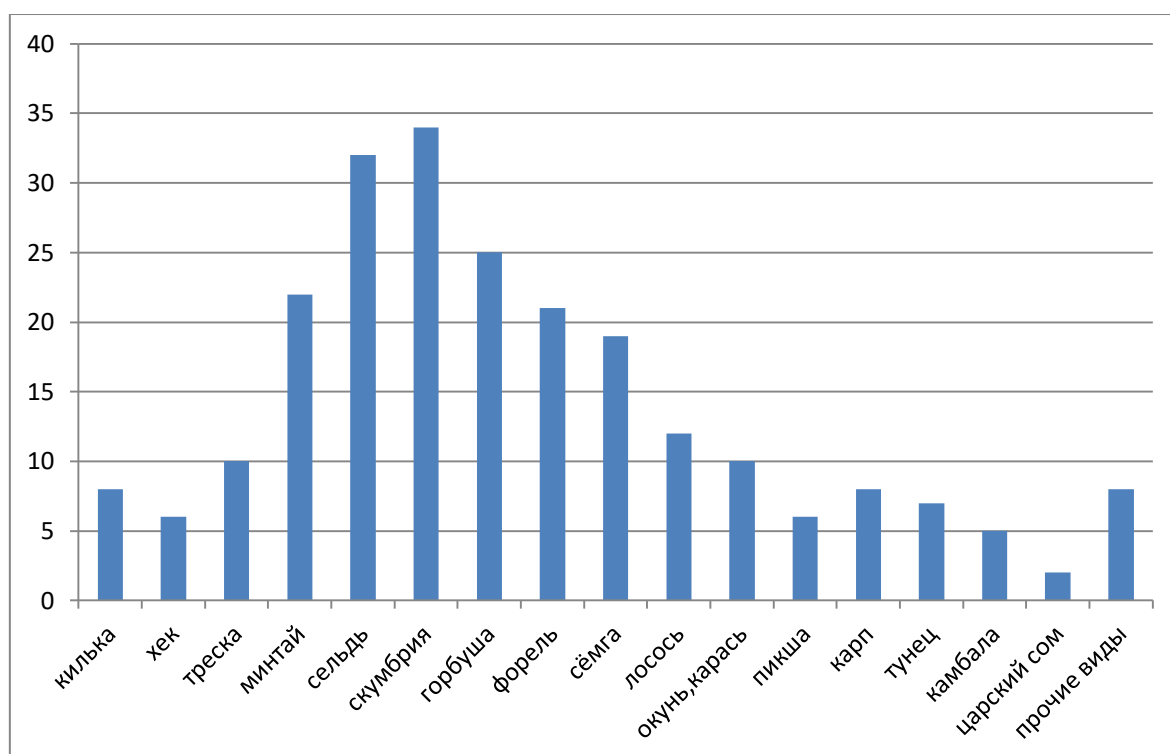


Рисунок 2 – Предпочтения респондентов по видам рыбы

На вопрос «Приходилось ли Вам пробовать такой вид рыбы, как клариевый (царский) сом?» 75 % респондентов ответили «нет», 16 % затруднились ответить и лишь 9 % выразили утвердительный ответ (рисунок 3).



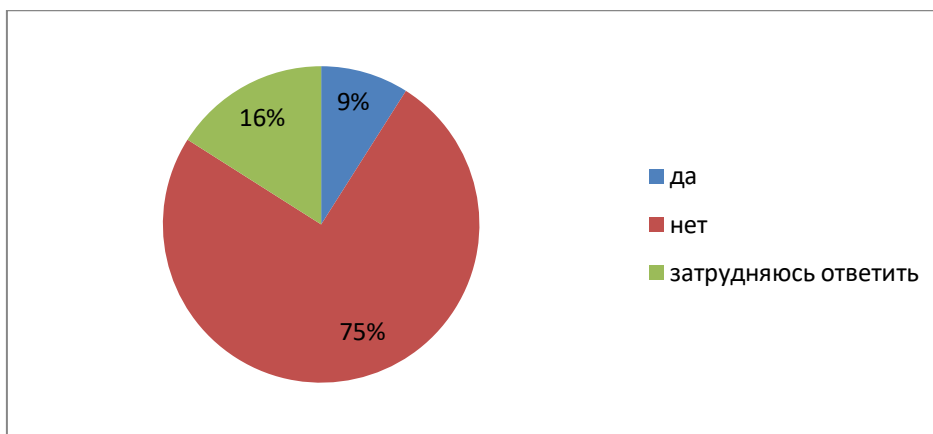


Рисунок 3 – Опыт употребления такого вида рыбы, как клариевый (царский) сом

В ходе исследования нами было оценено отношение респондентов к искусственному выращиванию клариевого (царского) сома в специальных бассейнах. В анкету был включён вопрос «Как Вы относитесь к тому, что клариевый (царский) сом не вылавливается в природных водоёмах, а выращивается в искусственных бассейнах». 41% опрошенных ответили положительно (рисунок 4).



Рисунок 4 – Отношение потребителей к покупке рыбы, выращенной в искусственных условиях



На заключительном этапе исследования оценивалась готовность потенциальных потребителей приобретать такой вид рыбы, если они будут осведомлены о её полезных свойствах и о том, что рыба выращена в искусственных условиях. Было определено, что 20 % респондентов готовы будут приобретать данную рыбу, 28 % затруднились ответить, возможно имея те или иные сомнения, но при правильном информировании потребителей их можно разрешить, а 52 % ответили отрицательно (рисунок 5).

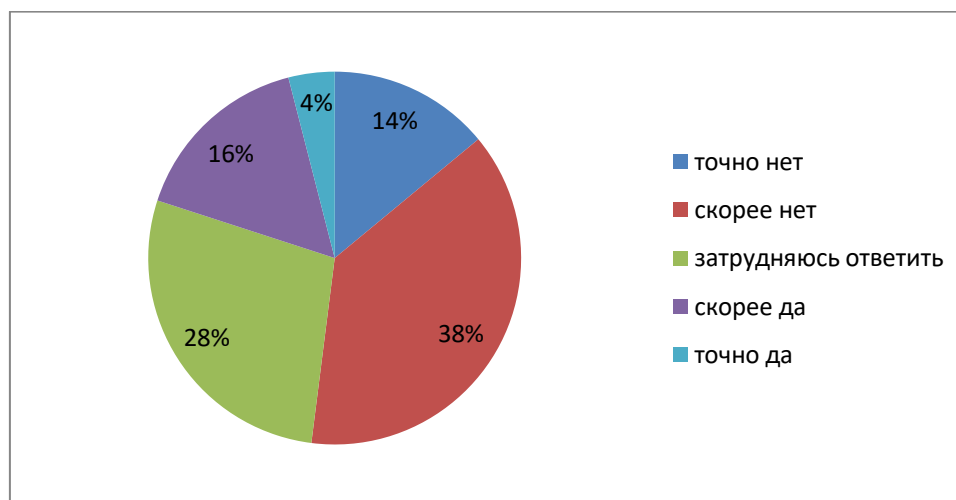


Рисунок 5 – Готовность приобретать клариевого (царского) сома

Таким образом, можно отметить, что потенциальный спрос со стороны покупателей Кировской области существует, хотя и не столь значительный, как по другим видам аквакультуры, тем не менее потенциал для создания и развития ферм по выращиванию данной рыбы можно оценить как положительный.

#### Список источников

1. Жукова Ю. С., Лыбенко Е. С., Хлопов А. А. Оценка влияния факторов внешней среды предприятий хлебопекарной промышленности // Вестник Вятского ГАТУ. 2022. № 2. С. 7.



2. Жукова Ю. С. Роль сельского хозяйства в развитии производства инновационной диабетической продукции в России // Инновации и достижения науки в сельском хозяйстве : материалы I Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. Киров : Вятская ГСХА, 2019. С. 36-39.
3. Маракулина И. В. Особенности потребительского поведения в Кировской области // Научно-методический электронный журнал "Концепт". 2014. № 9. URL: <http://e-koncept.ru/2014/14234.htm> (дата обращения: 12.05.24).
4. Маринина А. Ю. Аграрный маркетинг и его актуальность для российских агропредприятий // Развитие отраслей АПК на основе формирования эффективного механизма хозяйствования : материалы Международной научно-практической конференции. Киров : Вятская ГСХА, 2019. С. 369-371.
5. Никонова Н. В., Фокина О. В. Методология маркетингового анализа // Аграрная наука Евро-Северо-Востока. 2012. № 1 (26). С. 68-71.
6. Никонова Н., Бурцева Т. Маркетинговый анализ потенциальных возможностей предприятия // Маркетинг. 2014. № 2. С. 26-36.
7. Родкин А. Н., Корнева Г. В. Вопросы развития товарной аквакультуры в тверской области как пример точки роста для дезурбанизации // Вестник евразийской науки. 2024. Т. 16. № 1. URL: <https://esj.today/PDF/39ECVN124.pdf> (дата обращения: 14.05.24).
8. Труба М. А. Концептуальное видение перспектив развития организационно-экономического механизма развития пресноводной аквакультуры в России // Вопросы рыболовства. 2023. Т. 24. № 2. С. 183-188.
9. Шиврина Т. Б. Маркетинговая стратегия как условие эффективной деятельности современного сельскохозяйственного предприятия // Международный журнал экспериментального образования. 2016. № 5-2. С. 192-193.

