

# Сергей Лахтюхов:

## «Мясо птицы из России воспринимается как премиальная продукция во всем мире»



Созданный в марте 2019 года Национальный союз птицеводов объединил представителей ведущих компаний – производителей мяса птицы, которым принадлежит свыше 60% рынка. Генеральным директором новой отраслевой организации стал Сергей Лахтюхов, ранее возглавлявший Российскую ветеринарную ассоциацию. О первых результатах работы союза и ситуации в российском птицеводстве он рассказал в эксклюзивном интервью Perfect Agriculture.

– Главными задачами Национального союза птицеводов, созданного почти два года назад, изначально назывались повышение конкурентоспособности продукции и формирование условий для роста спроса на мясо птицы у российских потребителей. Работа над их решением идет успешно?

– Большинство амбициозных задач, которые были поставлены перед нами Советом директоров, на сегодня выполнены. Но при этом перечень актуальных на текущий момент вопросов, которыми руководствуется в своей деятельности наш союз, продолжает расширяться. Постоянно появляются новые вызовы и задачи.

– Внесла ли пандемия COVID-19 коррективы в планы российских предприятий? Повлияла ли она на мировой рынок птицеводства?

– С гордостью могу сказать, что птицеводческая отрасль успешно пережила как первую, так и вторую волну коронавирусных ограничений. В период первой волны, когда над АПК нависла неопределенность, те ограничения, которые наши предприятия ввели для обеспечения биологической безопасности своих площадок, были компенсированы практически полным отсутствием вспышек коронавируса. Конечно, порой возникали вопросы технического характера, связанные с ограничением перемещений как сотрудников, так и автомобилей с продукцией, но они вполне успешно решались благодаря содействию Минсельхоза России, Россельхознадзора и местных

органов исполнительной власти.

Что касается рынка продукции птицеводства, то здесь был нанесен серьезный удар. Закрытие точек быстрого питания, равно как и сегмента HoReCa в целом, в большинстве стран высвободило большое количество продукции у производителей, которым пришлось приспосабливаться к изменению спроса и каналов сбыта. Позитивным для отрасли фактором, смягчившим негативное влияние пандемии, явилось то, что в условиях снижения доходов потребительский спрос сместился в сторону мяса птицы, как наиболее доступного источника животного белка.

– На одной из конференций вы говорили, что экспорт российской продукции птицеводства в 2020 году может впервые превысить его импорт. Удалось ли этого добиться и за счет чего?

– Да, удалось. В этом году объем экспортных поставок превысил объем импорта, причем значительно. По предварительным итогам 2020 года, на внешние рынки поставлено 293 тыс. тонн птицеводческой продукции, объем импорта составил около 228 тыс. тонн. Думаю, такая ситуация сохранится и в последующие годы.

– В какие страны экспортируются российское мясо птицы и продукты птицеводства?

– Сегодня мы осуществляем поставки более чем в 40 стран. Основная их доля приходится на Китай. Здесь ситуация складывается очень хорошо. Несмотря на то что рынок этой страны открылся для птицеводческих предприятий России лишь два года назад, уже в 2020-м мы значительно превысили показатель 2019 года: экспорт мяса птицы на китайский рынок достиг 146 тыс. тонн, что составляет половину от общего объема экспорта. Далее следуют Украина и Казахстан. Существенно расширилась геогра-

фия и увеличились объемы поставок в страны Африки, которую мы рассматриваем как перспективный регион.

– С чем связано, что российская продукция так массово уходит именно в Китай? Это большой рынок? Там ниже требования?

– На самом деле китайский рынок – далеко не самый простой. Требования КНР к российским производителям – экспортерам птицеводческой продукции – очень строгие. Это касается как ветеринарно-санитарных стандартов, так и нововведения 2020 года: обязательной гарантии отсутствия возбудителя COVID-19 в нашей продукции, с чем мы успешно справляемся. В Китай поставляем куриные ножки и лапы, на втором месте – крылья, далее – другие субпродукты, которые в России не пользуются особым спросом. Например, лапам практически нет места в культуре потребления наших сограждан. Ранее эта продукция полностью шла на производство мясокостной муки, а сейчас для нее открылась экспортная ниша в КНР, причем до недавнего времени – достаточно маргинальная. Естественно, компании быстро не столько переориентировались, сколько проинвестировали в это направление, чтобы соответствовать требованиям Китая, и стали выпускать пользующуюся спросом у граждан Поднебесной продукцию. Сегодня в структуре экспорта на Китай приходится более половины объема поставок. И совершенно правы эксперты, которые видят в такой концентрации серьезные риски. Нам необходимо диверсифицировать экспортные направления, чтобы ослабить зависимость птицеводческой отрасли от ситуации в той или иной стране.

– Может быть, в связи с этим нужно как-то ограничить поставки в Китай?

– Нет, ни в коем случае. Однако нашим предприятиям и регуляторам сегодня необходимо продумать и разработать перечень мероприятий, которые касаются не только расширения поставок в уже привычные и удобные Китай и Украину, но и открытия новых стран и направлений.

– Одна из стратегических задач на будущее, сформулированная НСП, – войти в топ-10 крупнейших поставщиков мяса птицы в мире. Почему ставится цель попасть именно в десятку, а не в пятерку или тройку? Кто ваши главные конкуренты в этом вопросе? И когда это примерно произойдет?

– Задача войти именно в топ-10 связана исключительно с необходимостью поэтапного движения к цели. Вначале нужно решить задачу-минимум, а потом строить более амбициозные планы. В ближайшее время мы точно не догоним по экспорту Бразилию и США, но далее нашими основными конкурентами станут некоторые страны Евросоюза и Украина. И я оптимистично смотрю на перспективы достижения этой цели. Думаю, в следующем году мы поставим себе задачу войти в топ-5.

– И какова должна быть роль государства в данном вопросе? Достаточно ли для этого существующих мер господдержки?

– С одной стороны, мы видим, что государство действительно идет навстречу, оказывает серьезную поддержку, в том числе финансовую, экспортерам мяса птицы. Необходимо отметить, что помимо постановления Правительства РФ №512, которое позволяет привлекать денежные средства под льготный процент, у нас существует прямое субсидирование экспортно ориентированных предприятий. Можно вспомнить и постановление №1104, которое субсидирует часть затрат на логистику

экспортной продукции, а также постановление №1816, которое компенсирует часть расходов на сертификацию. И эти меры поддержки уже дали положительные результаты. Мясо птицы из России воспринимается как продукция премиального уровня во всем мире. Но при этом в вопросе себестоимости у нас по-прежнему много конкурентов, которым мы, к сожалению, пока проигрываем.

**– Сегмент продукции халяль считается одним из самых быстрорастущих в мире. Насколько Россия конкурентоспособна в ее производстве?**

– По оценкам 2019 года, в среднем рынок продукции халяль в мире оценивается в 1,17 трлн долларов, в России – в 34 млрд рублей. С учетом того, что на Земле проживает около 2 млрд мусульман, в том числе примерно 20 млн – в России, мировой рынок мяса птицы, произведенной по требованиям шарита, оценивается в 12–18 млн тонн, а российский – в 650 тыс. тонн. Ха-

ляльная продукция из нашей страны реализуется как на внутреннем рынке, так и на внешних. С гордостью могу сказать, что некоторые из российских предприятий птицеводства были аттестованы на поставку в Королевство Саудовская Аравия (КСА). То есть это, с одной стороны, признание жемчужины стран Персидского залива, но с другой – оно предполагает одну из самых жестких степеней контроля как за ветеринарно-санитарными требованиями при производстве птицеводческой продукции, так и за соответствием стандарту. Ведь в КСА халяль – это часть государства. Многие наши предприятия поставляют халяльную продукцию также в ОАЭ и другие страны Союза арабских государств (GCC). Так что потенциал у России здесь высок и нам есть куда развиваться.

**– В числе стран, добившихся выдающихся успехов в экспорте птицы, – Польша. Может ли она быть примером для России, если да, то в чем?**

– Польша на самом деле очень хороший пример. Еще 15 лет назад про нее как экспортно ориентированную страну никто не слышал. Но буквально за небольшой временной промежуток она сделала колоссальный рывок и сейчас занимает третье место в мире по объемам экспорта мяса птицы. Что обеспечило ей такой успех, помимо поддержки со стороны государства? Упор на диверсификацию экспортных поставок. Сегодня для польских производителей открыто более 100 стран, куда они могут отгружать свою продукцию. В более чем 60 стран отгрузки происходят постоянно. Тем самым для птицеводов Польши нивелируются риски, связанные как с мерами защиты внутренних рынков, которые вводят страны-импортеры, так и с соображениями экономической целесообразности или проблемами в части подтверждения ветеринарного благополучия страны. То есть диверсификация экспорта позволяет при необходимости оперативно переориентировать грузопотоки на экономически интересные направления для своей продукции.

Также важным фактором развития послужила реализация программы QAFP (Система гарантированного качества пищевых продуктов). В рамках данной программы предприятия и продукция проходили сертификацию на соответствие строгим стандартам качества, продукция унифицировалась по потребительским и логистическим свойствам. В результате потребитель был уверен, что продукт с логотипом QAFT соответствует строгим требованиям к качеству, а его свойства – повторяемы.

**Журнал Perfect Agriculture благодарит Сергея Лахтюхова за интересное интервью и желает Национальному союзу птицеводов успехов в достижении намеченных целей.**

*Беседу вела Ольга Рябык*



## БЕЛОРУССКАЯ АГРОПРОМЫШЛЕННАЯ НЕДЕЛЯ

XXXI Международная специализированная выставка

# БЕЛАГРО

1-5 июня  
2021  
г. Минск, Беларусь



Белферма



БелПродукт

ПИЩЕВАЯ ИНДУСТРИЯ

ПРОДМАШ.ХОЛОД.УПАК

ОРГАНИЗАТОР:



МИНСКЭКСПО

Тел.: +375 17 226 91 33  
belagro@minskexpo.com  
www.belagro.minskexpo.com

ГЕНЕРАЛЬНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАРТНЕРЫ:

АгроБАЗА

инфобазы.by  
www.infobaza.by



## Российский агроэкспорт: курс на диверсификацию

Вячеслав Рябых

В декабре 2020 года Федеральный центр «Агроэкспорт» провел стратегическую сессию «Российский агроэкспорт 2020-2021. Ключевые инструменты продвижения и позиционирования российской продукции АПК на внешних рынках». Руководители Минсельхоза России, отраслевых союзов и ассоциаций обсудили результаты российского экспорта продукции АПК и поделились прогнозами и ожиданиями на 2021 год.

Уходящий год выдался очень непростым из-за пандемии COVID-19 и карантинных мер, однако российский АПК продемонстрировал устойчивость и надежность своей работы, заявил, открывая сессию, заместитель министра сельского хозяйства РФ Сергей Левин.

При этом, по мнению чиновника, пандемия не переломила глобальных тенденций последних десятилетий: продолжились стабильный рост населения, глобальное потепление, урбанизация, выросла доля среднего класса в развивающихся странах.

«Эти факторы, с одной стороны, увеличивают спрос на продовольствие, а с другой – создают риски для сельхозпроизводства во многих регионах. В этих условиях мы должны активно искать новые ниши для нашей продукции на мировых рынках и постоянно работать над повышением ее конкурентоспособности», – подчеркнул г-н Левин.

Как отметил руководитель федерального центра «Агроэкспорт» Дмитрий Краснов, по состоянию на декабрь объем российского агроэкспорта составил 26,5 млрд долл.

В 2020 году российская продукция экспортировалась в 157 стран, а первое место среди импортеров вновь занял Китай с долей 13,9%. На КНР приходится основная часть российского экспорта мяса птицы, Россия не сдает позиции на китайском рынке импорта шоколада, а также вырвалась в лидеры среди поставщиков соевого масла.

«Китай – один из самых перспективных и быстрорастущих рынков для российского агроэкспорта. По нашим прогнозам, к 2030 году у отечественных производителей есть реальная возможность удвоить поставки на этот рынок», – уверен г-н Краснов.

Директор центра компетенций в АПК КППМГ Илья Строкин перечислил основные мировые макроэкономические тренды в период

пандемии. Среди них – приоритет продовольственной безопасности государств, формирование у потребителей оценки продуктов питания с точки зрения их влияния на иммунитет, а также цифровизация торговли.

По словам эксперта, пандемия существенно сказалась на мировом ВВП (сокращение на 5%), но почти не затронула спрос на пищевую продукцию. Потребительские предпочтения меняются, однако объем продаж ритейла относительно стабилен.

Как отметил аналитик, спрос на свежие продукты увеличился в магазинах у дома и сократился в гипермаркетах. Это связано с тем, что потребитель стал реже ходить в магазины, где скапливается много людей, меньше покупать продукты в упаковке и больше внимания уделять здоровью, в частности укреплению иммунитета.

Президент компании Agrifood Strategies Альберт Давлеев поделился прогнозами относительно перспектив мирового экспорта. Так, по мнению глобальных аналитиков, кризисная ситуация на рынке кормовых масличных культур сохранится на ближайшие три года. Поэтому тренд на рост себестоимости будет одинаков для всех производителей в мире.

«Ближайшие два-три года будут характеризоваться сильной волатильностью цен как на кормовые и сырьевые ингредиенты, так и во внешней торговле», – отметил г-н Давлеев.

В этих условиях Россия, Украина и Турция имеют наиболее благоприятные возможности для дальнейшего роста экспорта птицы, который сегодня находится на уровне 10–12% в год.

«Одновременно некоторые страны усилили протекционизм в отношении собственных сельскохозяйственных рынков. Индия – лакомый кусочек для экспортеров, но она уже несколько лет не пуска-

ет чужую продукцию. Второе направление – это Англия, которая при высокой стоимости фунта две трети продовольствия завозила из стран Евросоюза. Саудовская Аравия также отсекает конкурентов, продвигая свою продукцию», – заявил эксперт.

COVID-19, считает Давлеев, ограничил экспорт из крупнейших стран поставщиков и дал возможность роста местным производителям. Это значит, что мировая торговля будет замедляться. В этой ситуации, помимо выхода на новые рынки, необходимы серьезные политические шаги, направленные на интеграцию в мировую торговлю и создание новых торговых блоков.

Генеральный директор Национального союза птицеводов Сергей Лахтюхов обратил внимание на риски высокой зависимости от китайского рынка, на который приходится более 50% российского экспорта мяса птицы, включая страны Таможенного союза, и более 63% экспорта в страны дальнего зарубежья.

«Сразу встает вопрос: насколько это хорошо для нашего экспорта? Мы прекрасно понимаем, что живем в рамках определенных политических договоренностей. С одной стороны, наш экспорт подвержен, безусловно, политическим рискам, с другой, основной, наверное, риск – это угроза эпизоотическому благополучию России», – отметил глава Национального союза птицеводов.

«Риски потери сразу более 50% экспорта в виде одной страны заставляют задуматься. Нам необходимо открывать новые страны, новые рынки, прежде всего в Юго-Восточной Азии, такие как Сингапур, Япония», – подчеркнул Сергей Лахтюхов.

В качестве примера успешной диверсификации экспорта он привел Бразилию. Эта страна – мировой лидер по экспорту мяса птицы, и доля Китая в структуре ее внешних поставок не превышает 14%.