



Дмитрий ЗАХАРКИН

Недоосвоенный ресурс

В настоящее время централизованные закупки охотничьей продукции государством не производятся. Официальные цифры о количестве мяса дичины, потребляемого населением, также отсутствуют. Единственно доступные показатели — данные государственного охотхозяйственного реестра по добыче видов охотничьих ресурсов в России, опубликованные на сайте ФГБУ «Федеральный центр развития охотничьего хозяйства». По субъективной оценке, можно предположить, что за охотничий сезон 2019–2020 гг. в сумме было заготовлено около 20 тысяч тонн мяса диких копытных животных.

Для сравнения. Вот данные немецкой охотничьей ассоциации (DJV): за сезон с 1 апреля 2020 года по 31 марта 2021 года немцы съели почти 29 000 тонн дичины. Несмотря на многочисленные отмены осенних охот из-за пандемии, немецкие охотники добыли более 16 400 тонн мяса кабана, 8 900 — косули, 2 400 — благородного оленя и 1 300 — лани.

Как же так получилось, что в огромной стране с немалыми угодьями натуральный продукт — мясо диких животных — стал дефицитом? Об этом наш сего-

До конца 1930 года централизованная заготовка мяса диких животных в СССР не производилась. В IV квартале 1930 г. впервые было заготовлено 149 тонн мяса, в том числе: заячьего — 25 тонн, кабаньего — 123 и медвежьего — 1 тонна. В 1931 году уже было заготовлено 3 998 т мяса дичи, в том числе: заячьего — 1 500 т, медвежьего — 55 т, кабаньего — 274 т, коз и других копытных зверей — 1 374 т и оленьего мяса (в основном домашнего) — 795 т. В последующие годы мясо диких животных заготавливали в несколько большем количестве. Например, в 1970 г. охотничьи хозяйства страны поставили государству 6 661 т мяса диких копытных животных, в 1971 г. — 8 905 т. Среди мяса диких копытных основную массу составляла лосятина. В 1970 г. лосиного мяса было сдано государству 3 171 т, в 1971 г. — 3 324 т. В 1980–1990 гг. ежегодно заготавливали около 10–15 тыс. т мяса диких копытных зверей (Давлетов З.Х.).

дншний разговор с генеральным директором компании «ДикоЕд» Дмитрием Захаркиным.

— Старшее поколение помнит, что практически в любом крупном городе в советское время были специализированные магазины потребкооперации, где торговали дарами природы, включая мясо и птицу диких животных. И даже в сельских магазинах присутствовала продукция охотничьего промысла. С развалом системы кооперации (централизованная закупка, логистика, торговая сеть) дичина исчезла с прилавков. Не до неё было. В течение последующих лет значительно изменилась нормативно-правовая база оборота охот-

продукции, ужесточились ветеринарно-санитарные правила. Когда же вроде бы появилась возможность массово вернуть на наши столы мясо лесных обитателей, оказалось, что преодолеть правовые препоны и организовать весь процесс доставки могут очень немногие.

По моей оценке, в стране сейчас на этом рынке работает не более 10 серьёзных компаний. Наша компания «ДикоЕд» хоть и основана в 2010 году, но плотно продуктами из дичи стала заниматься с 2017 года. За год мы перерабатываем около 50 тонн дичи. Если предположить, что все крупные фирмы заготавливают, как и мы, по 50 тонн, то суммарный годовой объём ока-

жется всего около 500 тонн. В рамках страны это ничтожная цифра. Чтобы на столах россиян массово появилась дичина, объёмы заготовок должны измеряться десятками тысяч тонн.

— Так в чём проблема?

— Сказать, что в наших угодьях перевелась дичь, нельзя. Официальная статистика утверждает, что с каждым годом её всё больше и больше.

Явно наблюдается недоиспользованность ряда ресурсов охотничьих животных, и нет культуры их потребления. Много дичи просто пропадает. Например, бобра стали рассматривать как полезный продукт относительно недавно. Обычно охотники использовали его для приманки при ловле куницы или кормили им охотничьих собак. А белка до сих пор не воспринимается как источник мяса. Хотя почему бы нет? Рябчика практически не осваивают, хотя раньше добыча измерялась миллионами. Поэтому у нас скорее проблема не в дефиците дичи, а в её рациональном использовании.

Мне кажется, что отсутствие публичного спроса в какой-то момент привело к спаду предложения. Мой партнёр, Андрей Новиков, в начале двухтысячных годов, работая в Кировской области в охотничьем хозяйстве, нередко видел, как гости, отохотившись, даже не забирали мясо. Им важен был сам процесс. Со временем это изменилось, теперь добычу забирают все (кроме иностранных охотников). Хотя и сейчас многие охотники не знают, что делать с неожиданно появившейся горой мяса: раздают друзьям, родственникам. А те, в свою очередь, могут просто его хранить в морозилке до следующего сезона.

Несмотря на то, что поголовье дикого зверя за последние 15 лет значительно увеличилось, его добыча, переработка и реализация не развиты в России.

Причин тому несколько:

1. Нет понятных и необременительных условий для легализации всей цепочки поставок.

- Ветеринарные службы не везде готовы выдавать ветеринарные справки на добытого зверя. Сейчас работает электронная система «Меркурий», и всё движение мясной продукции прослеживается. Нет справки — нет легального движения. Часто же охотники просто получают немотивированный отказ в выдаче документа. Ветеринары не хотят связываться с дичью.
- Есть ограничения на предъявление в ветеринарную службу добычи по месту охоты. Это связано с тем, что имеются опасения переноса вирусных заболеваний между регионами. Но если с точки зрения применения этой нормы к промышленному и фермерскому мясу



это понятно, то по отношению к дичи — нет. Ведь дикий зверь и так перемещается между регионами как ему удобно. А перелётные птицы так вообще пересекают всю страну два раза в год. Какой же смысл таких ветограничений? Да и, как показывают наблюдения за вспышками АЧС (африканская чума свиней) в последнее время, предположение, что разнощиком инфекции является дикий зверь, — более чем спорно.

- Дичь добывается и часто проходит предварительную разделку в полевых условиях, далеко не стерильных. Тяжело зимой в лесу добыть лося, быстро вытащить его из леса целиком, спустить кровь и разделать, соблюдая принципы ХАССП (система менеджмента, предназначенная для выявления, анализа, контроля и управления рисками при изготовлении пищевой продукции). Это надо понимать нашим регуляторам и применять к дичи другие нормы по микробиологии.

2. Нет условий для добычи и последующей реализации добытого. Во Франции, например, по всей стране открыли сеть специализированных центров по приёме добычи от охотников и первичной её переработке. Охотник сдаёт добычу в такой центр в своём районе и дальше не имеет никаких забот. У нас же расстояние от места добычи до предприятия, которое возьмётся за переработку, может быть и 1000 километров.

Сейчас как получается: добыли лося, разделали его на несколько больших частей, заморозили, положили на хранение. Т.е. охотник должен иметь большой морозильник. Поднакопили несколько туш. Затем необходимо найти транспорт, тоже с морозильником, что в некоторых регионах сделать ой как сложно. Потом нужно привезти всё оптом на перерабатывающее предприятие. А есть регионы, из которых можно вывезти сырьё только пару месяцев в году, дорог в другое время там просто нет. Предприятие же не может хранить



всё в больших кусках или в тушах, так как это занимает много места, и продукция «вымораживается». Значит надо разморозить, разделать, произвести продукцию, а что-то повторно заморозить и положить на хранение. Но повторная заморозка входит в конфликт с требованием ГОСТ, запрещающим повторно замораживать мясо. Но избежать этого в текущих условиях просто невозможно.

3. Ограниченные возможности попадания на прилавок. Для крупных мясоперерабатывающих заводов возня с дичью — это головная боль, всё равно она не делает погоды в их выручке. А небольшим предприятиям сложно выйти в торговые сети, нет такого количества персонала, трудно соблюсти все требования, предъявляемые сетями, нет возможности копить дебиторскую задолженность, и осложнён доступ к кредитованию. К тому же часто ритейл диктует производителям цены, в которые нужно уложиться. Но о натуральности продукции при такой отпускной цене пришлось бы забыть. Цену на дичь не получается держать низкой, а ведь средние доходы у нас в стране всем известны. И если жители крупных центров ещё в состоянии доплачивать за натуральный продукт, то в регионах таких потребителей мало. Поэтому и отдельные магазины, и региональный ритейл без энтузиазма смотрят на продукцию из дичи — место на полке занимает, а оборачиваемость низкая.

4. Часто у охотпользователей нет понимания того, что на продаже мяса дичи можно заработать. Они привыкли реализовывать охоты. Некоторые продают и отстреливают все лимиты, а некоторые нет. Так почему бы не отстрелять остатки самим и не сдать на переработку? К тому же есть часть потенциальных клиентов, которых останавливает цена охоты с включенным трофеем. Ведь не всем им нужно мясо, морозилки давно дома забиты дичью, а вот поохотились бы они с удовольствием. Так предложите им вариант охоты без мяса по сниженной цене, а добычу сдайте на переработку и получите за неё деньги. Внакладе не останетесь, и деньги будут на развитие угодий, да и больше людей приобщится к охоте и натуральной пище.

5. Препоны, которые ставят суды и прокуратура. Практически раз в месяц мы получаем иск от прокурора или уже готовое судебное решение о том, что реализуемая нами продукция является «краснокнижной» и поэтому нам запрещается размещение информации о ней на нашем сайте, который является одним из основных каналов продаж. За последние три года к нам было предъявлено 30 таких исков. И мы видим, что преследуют не только нас, но и других продавцов дичи. При этом в 95% случаев мы даже не при-

влекались в качестве ответчика или заинтересованной стороны. Происходит это потому, что судьи и сотрудники прокуратуры не разбираются в природоохранном законодательстве. Нет понимания того, что в Красную книгу включаются не только виды животных, но и подвиды, и даже отдельные популяции.

Например, периодически нам запрещают продавать мясо бобра. Якобы бобр занесён в Красную книгу. Да, занесён, но только тувинский подвид и западносибирский подвид (за исключением алтайской популяции) бобра. Но нас-то никто не спрашивал, откуда у нас бобр, и никаких доказательств того, что мы торгуем именно «краснокнижным» подвидом бобра, не приводится. Приходится подавать апел-

— Рынок мяса дичи в России развит слабо. В основном производится тушёное мясо, паштеты и другая консервация, то есть то, что не требует специальных условий хранения и имеет длительные сроки годности. Также в небольшом объёме представлена сыровяленая продукция. Сырое же мясо, полуфабрикаты из мяса дичи выпускают не более пяти производителей.

В магазинах очень скудный выбор, максимум — это пара видов тушёнки и паштетов. Сырое мясо и полуфабрикаты купить в сетевом ретейле практически невозможно. Иногда, например в Санкт-Петербурге, в знаменитом «Елисеевском» на Невском проспекте, на прилавках появляются несколько видов колбасы и деликатесов из оленины. Но северный олень традиционно



ДикоЕд

ляции, отстаивать свои (уже ущемлённые права). Все иски мы выигрываем, но это потеря денег, нервов и времени, которое можно было бы потратить на развитие бизнеса. Причём не помогает даже то, что мы у каждого товара на сайте сделали специальный блок, поясняющий легальность нашей продукции. Всё без толку. И через некоторое время нам снова приходит иск по бобру, но из прокуратуры другого региона.

Справедливости ради, не могу не сказать о сотрудниках природоохранной прокуратуры. Там, по моему опыту взаимодействия, действительно работают люди, соблюдающие законности и интересов государства, так и бизнеса.

— **Каков же сегодня в нашей стране рынок дичины?**

является промысловым видом на севере, и, как правило, продукция поступает из оленеводческих хозяйств. То есть это не дичина в истинном смысле.

В настоящее время серьёзную конкуренцию традиционному ретейлу составляют продуктовые интернет-магазины. Их преимущества — в возможности предоставления более широкого ассортимента товаров и значительного территориального охвата потенциальных покупателей. Для тех, кто занимается реализацией мясной продукции из охотничьих животных, это наиболее приемлемый вариант.

Мы видим, что спрос на натуральную продукцию высок. Многие потребители осознанно подходят к выбору питания для себя и своих близких. Популярна фермерская продукция, позиционирующаяся как выращенная на натуральных кормах и в естественных условиях. Но как бы фермер

ни вёл своё хозяйство, он вынужден использовать современные технологии для ускорения роста животных, снижения их заболеваемости, минимизации затрат на содержание.

Дикие животные растут в условиях, где влияние человека отсутствует или минимально, питаются естественными кормами, не испытывают влияния скученности поголовья, ведут подвижный образ жизни. Благодаря этому мясо дичи обладает лучшими диетическими качествами, богато витаминами и минералами, не содержит искусственных элементов, привнесённых человеком при выращивании домашнего скота. Вкус мяса дичи мощный, настоящий, хотя, конечно, оно более жёсткое и обычно требует больше времени на приготовление блюд.

Помимо потребителей, предпочитающих натуральные продукты, растёт число тех, кто просто не может есть промышленные и фермерские продукты, так как их потребление вызывает аллергические реакции. Мясо дичи не даёт таких последствий. Это же, кстати, касается и домашних питомцев, которые также страдают от промышленного мяса. Определённый спрос есть со стороны ресторанов, которым требуется привнести «изюминку» в своё меню, а некоторые заведения и полностью специализируются только на дичи. Шеф-повара тоже любят экспериментировать с мясом дичины и получают отличные блюда.

Оценить объём рынка дичины в рамках страны довольно сложно, мы не занимались подобными исследованиями. Но даже если взять открытую отчётность основных игроков, то выделить из их выручки цифры именно по дичи не представляется возможным. К слову, сложности с легальным оформлением и реализацией продукции охоты, несомненно, способствуют браконьерскому рынку. Упрощение порядка



оборота дичины было бы выгодно как для законопослушных охотников, охотпользователей, так и для государства.

— **Торговля дичемясной продукцией — занятие явно непростое. Как же вы решились на этот бизнес?**

— Было три основных причины, почему мы взяли за это дело:

1. Понимание того, что тренд на натуральную продукцию с нами надолго.
2. Уверенность в том, что продажи продуктов через Интернет будут только расти.

3. Наличие связей с потенциальными поставщиками сырья и понимание их потребностей благодаря охотоведческому образованию моего партнёра.

Начинали с аренды части небольшого мясоперерабатывающего цеха в Пушкино и половины рефконтейнера там же. Постепенно росли. Сейчас у нас уже более 600 кубических метров морозильных камер, значительно увеличились производственные мощности, строим планы по дальнейшему развитию. В нашем ассортименте более 500 позиций мяса, птицы, рыбы, морепродуктов, дикоросов. Производим кусковое мясо, рубленный полуфабрикат (пельмени, котлеты, фрикадельки, люля), варёные, полукопчёные, сырокопчёные, сыровяленые колбасы и деликатесы, консервы.

Не получается поддерживать весь ассортимент круглогодично, но мы стараемся запастись во время сезона охоты. Из мяса у нас есть лось, медведь, олень (северный и благородный), кабан, бобр, косуля, заяц. Периодически бывает экзотика: тур, сурок, рысь и иное, что удаётся достать. Из птицы — фазан, гусь, утка, глухарь, тетерев, куропатка, вяхирь, дупель, рябчик. Имеется также большой ассортимент морепродуктов и дикой рыбы: черноморской, карельской, сибирской, камчатской, дальневосточной. Ягоды и грибы тоже закупает по всей России и предлагаем нашим покупателям. Так что охотпользователи могут с нами сотрудничать по разным группам товаров. Не весь наш ассортимент мы производим на собственном предприятии, часть отдаём на другие производства, которые выпускают из нашего сырья качественную продукцию.

Также мы предлагаем непосредственно охотникам услугу по переработке их добычи. Востребованным оказался сервис, когда мы принимаем тушу добытого, например, лося, а через некоторое время



возвращаем хозяину аккуратно разделанные и упакованные куски мяса, пельмени, колбасы, консервы и другую готовую продукцию, сделанную из его добычи! Своей разделкой мы гордимся. Наши мясники — специалисты по дичи, они тщательно разделяют туши на отдельные куски, выделяют обычные стейки и альтернативные. Например, окорок у нас разделяется на 5 частей. Также у нас можно и на хранение оставить добычу, если дома места нет.

Сами мы тоже не прочь сходить на охоту. К сожалению, не так часто это получается, как хотелось бы. Но периодически выбираемся в охотхозяйства, которые являются нашими партнёрами. Так что все этапы охоты мы хорошо знаем и понимаем, что нужно и охотникам, и покупателям натуральных продуктов.

— А кто ваши основные поставщики? Есть ли особые требования к поставленной продукции?

— Дичь приходит к нам практически со всех уголков России. Каждый регион отличается своими природными условиями и, соответственно, видовым составом охотничьих животных. Например, на Южном Урале много косули, на Алтае — марала, в Ярославской и Вологодской областях — лося, на Севере — куропатки. Также на поставки влияют сезонность и миграции.

По закону любой охотник может распорядиться своей добычей, в том числе и продавать её, даже просто как физическое лицо, без всякого ИП и статуса самозанятого. Охотхозяйства, конечно, тоже вправе добывать и реализовывать дичь.

Для поставщиков мы сделали специальный раздел на нашем сайте <https://dikoed.ru/postavshchikam/>, где описаны основные требования по первичной обработке, требованиям к упаковке и маркировке, ветеринарным документам. Регулярно выкладываем видео по правильной первичной разделке.

Кратце путь нашего поставщика такой:

- получить разрешение на добычу;
- добыть дичь;
- оформить документы в системе «Меркурий» у ветеринаров в обмен на кошечку разрешения на добычу;
- провести первичную обработку;
- упаковать и отправить нам продукцию.

Для примера приведу некоторые актуальные закупочные цены за килограмм (в туше). Лось — от 280 рублей, косуля — от 370, бобр — от 250, заяц — от 350, утка — от 500, глухарь — от 1 500.

Многих потенциальных поставщиков пугает документарная работа, оформление в системе «Меркурий». Но это не так сложно. С «Меркурием» работают специалисты-ветеринары, и именно они занимаются

вводом и оформлением необходимой информации. Хотя вот они-то, как говорят, видят в этой системе массу сложностей и нестыковок. Ещё бывают проблемы, когда ветеринары на местах (как правило, в регионах) сами не знают, как с «Меркурием» работать. Вот тогда грустно.

Также сложности иногда возникают, если необходимо зарегистрировать площадку в «Меркурии» (но это для производителей, а не для охотников): нужно соблюдать ряд требований, которые приходится выискивать в разных источниках.

Еще одно условие, которое часто вызывает сложность работы с «Меркурием», — необходимость заранее ввести данные по автомобилю, который повезёт дичь. За год не всегда получается определиться с

всех птиц в незамороженном виде, как сразу после добычи. А то, что бегать к ветеринарам даже с 10 пойманными рябчиками за день весьма хлопотно, — это не их работа.

Обычно бывает сложно проходить этот путь первые несколько раз. Потом всё уже идёт по накатанному сценарию. Определяющим, вполне закономерно, являются хорошие личные взаимоотношения с ветеринаром.

— Может ли бизнес по реализации дичины стать массовым?

— Низкий спрос и сложность управления не позволят. В нашей стране не популяризируют потребление дикого мяса. Практически нет публикаций о его пользе.



транспортом, поэтому номерной знак не известен, а без этих сведений нельзя оформить перемещение.

Дичь — это зачастую мелкие отправки, которые могут измеряться иногда сотнями, а чаще десятками килограммов. Но процедуру оформления через «Меркурий» всегда нужно проходить «по-взрослому», как для нескольких тонн.

Стоимость оформления у ветеринаров в каждом субъекте разная. Например, в Вологодской области оформить тушу лося можно за 500–600 рублей. Вроде бы невелика плата. Но вот когда нужно оформить мелкую дичь (рябчика, зайца или бобра), а цена за услугу неизменна, то такая сумма уже серьёзно влияет на итоговую стоимость товара. Порой могут потребовать за каждую тушку отдельную плату, а могут и за всю партию запросить. Причём если за всю партию, то могут потребовать показать

Люди просто не задаются вопросом о возможности потребления дичи, а формировать спрос — это дорогостоящее занятие, которым некому заниматься.

Очень много проблем и сложностей, о которых я сказал выше. У нас каждый день — борьба.

К этому могу добавить, что в нашем бизнесе сильно выражена сезонность: за 2-3 месяца необходимо заготовить то, что можно будет хранить и продавать в течение года. Не получается от одного поставщика получать большие объёмы дичи. Нужно собирать из разных уголков страны, а это трудности с контролем качества и логистикой.

Нередко доводится наблюдать такую картину: собственники охотхозяйств в определённый момент осознают, что у них появились излишки дичи и стоило бы их куда-то пристроить. Одни сдают их нам, а

другие пытаются открыть собственное производство. Казалось бы, всё просто: разделал кабана, закоптил, колбасы накрутил, продал по знакомым. И вложений особых не надо. Как разовая акция — вполне проходит. Но когда речь идёт о тоннах продукции в месяц, уже нужен специальный персонал, профессиональное оборудование, отдел продаж, система учёта, площади под хранение, необходимо разработать ТУ, сделать декларации на продукцию, подключить производство к «Меркурию», отпечатать этикетки и упаковку, оформить кассовый аппарат, эквайринг по приёму платежей, требуется организовать доставку и так далее. В общем, на моей памяти пока нет ни одного успешного примера, когда на базе охотхозяйства появилось бы массовое производство продуктов из дичи. Покоптить что-то в своё удовольствие, угостить знакомых и клиентов действительно возможно, но выход на открытый рынок, в публичное поле — это совсем другое.

— При каких условиях дичина может вернуться на стол большинства россиян?

— Каких-то мегаперспектив я не вижу. Рынок довольно узкий, у потребителя нет привычки и понимания того, что мясо дичи можно купить в свободной продаже, а соответственно, нет и сформировавшегося спроса. Кроме того, есть негативный для этой ниши тренд на отказ от мясных продуктов, и особенно добытых охотни-

За период с 1976 по 1980 год в СССР получено 114 тысяч тонн мяса диких копытных животных, что на 27 процентов больше, чем в предыдущем пятилетии. Государству сдано 80,2 тысячи тонн (Висящев, 1981). При этом Госпромхозы Главохоты РСФСР поставили 19 360 тонн мяса диких животных, 33 100 тонн рыбы, 527 тысяч штук боровой дичи (Тарасов, 1983). Общества охотников и рыболовов в РСФСР добыли и продали государству 16,7 тысячи тонн мяса диких копытных животных.



ками. Многие жители мегаполисов не понимают значения охоты в регуляции численности дикого зверя и в достижении баланса между человеком, его хозяйственной деятельностью и дикой природой. Для них медведь — это милый мишка из мультяшки или зоопарка, а не опасный хищник, соседство с которым может стать фатальным для человека. Бобр — это забавный зверёк, который, по их мнению, не может доставить неприятностей человеку. Эти идеи берут верх над разумным управлением дикой природой не только у нас, но и в других странах. Поэтому, на мой взгляд, продукты из дичи, скорее всего, останутся нишевыми, элитарными, для

понимающих, разбирающихся и тех, кто может себе их позволить.

Со стороны государства всё же стоило бы обратить внимание на следующие проблемные аспекты:

- введение нормативных актов и стандартов в соответствие со спецификой добычи и производства дичи (санитарии, сезонности, удалённости охотугодий от цивилизации): законодательство, регулирующее производство продуктов питания, написано для сельского хозяйства, но не очень применимо для дичи;
- ослабление регулирования для малых производств, так как малое предприятие не может соответствовать всем требованиям, предъявляемым ХАССП например;
- льготное кредитование не на словах, а на деле: объявляют что кредиты выдаются под 6% годовых, а на деле получаются под 13,5%, разница вовсе не маленькая;
- применение принципов презумпции невиновности при определении «краснокнижности» реализуемого зверя.

А в остальном бизнес и покупатели разберутся сами. Главное — чтобы не мешали. У дичины всегда будет свой потребитель. Думаю, в нашей стране охотник ещё очень долго будет не стрелком, а именно добытчиком, на столе у которого не переведутся дары леса. ■

Беседовал Андрей КОРАБЕЛЬНИКОВ