

Автор: Сеитов Санат Каиргалиевич,
к.э.н., инженер 1 категории
Евразийского центра по продовольственной безопасности
(Аграрного центра) МГУ имени М.В.Ломоносова
E-mail: sanatpan@mail.ru

Анализ факторов, влияющих на рынок микрозелени, основные тенденции и перспективы рынка

Положительные факторы, влияющие на рынок микрозелени:

1. Сверхбыстрый цикл. Растение проходит стадии развития в среднем за 10-15 дней, что дает возможность получать большое число урожаев.
2. Выращивают как в грунте, так и в питательном растворе гидропоникой.
3. Практически самая высокая окупаемость проекта. Здесь можно порадоваться – при успешной организации сбыта окупаемость едва ли не самая высокая в отрасли защищенного грунта, по крайней мере, сейчас, когда предложений на рынке не так много.
4. В зимний период цены на микрозелень возрастают в несколько раз.
5. При производстве не требуются удобрения – растению полностью хватает заложенного в семени потенциала.
6. После срезки микрозелени почву можно использовать повторно, достаточно будет менять ее 1 раз в год.
7. Популярна среди вегетарианцев и приверженцев ЗОЖ.

Отрицательные факторы, влияющие на рынок микрозелени:

1. Сверхбыстрый цикл – постоянная посадка и уборка. Из-за специфики продукта, обе операции часто приходится проводить вручную, что делает процесс достаточно трудозатратным.
2. Микрозелень имеет короткий срок хранения – до 14 суток и требует специальных температурных условий, но даже при этом имеет короткий срок хранения – всего 5–10 дней. В результате выращивание целесообразно только вблизи крупных городов, где можно организовать постоянный сбыт свежей продукции.
3. Необходимость достаточно больших вложений в рекламу и презентации товара при организации сбыта. Товар достаточно слабо узнаваемый и основными покупателями сегодня остаются рестораны.
4. Особые требования к посевному материалу. Семена для посадки используются, в основном, иностранного производства.

Сити-фермерство пока не рассматривается государством как направление сельского хозяйства и никакие меры поддержки для городского растениеводства не предусмотрены. В российских условиях это усложняет масштабирование существующих и запуск новых проектов. Однако президент России Владимир Путин подписал указ о формировании инновационного кластера в Москве. Вертикальные фермы вполне могут

попасть под действие такого указа. Что же касается остальных регионов, то тут придется делать ставку на использование более экономичного светодиодного освещения и других энергосберегающих технологий.

Еще одним фактором, сдерживающим развитие сегмента микрозелени, может стать общее снижение потребления продуктов питания в России. По данным агентства Nielsen, даже крупные продуктовые сети в течение каждого квартала прошедшего года теряли по 18–20 процентных пунктов в выручке. Для поддержания спроса ритейлеры увеличили долю промоакций товаров повседневного спроса, но и это не принесло ощутимого результата. Сетевые ритейлеры даже вынуждены были прибегнуть к такому непривычному в России инструменту, как покупка продуктов в рассрочку. Первой этот инструмент запустила компания X5 Retail Group. Дальнейшее снижение реальной покупательной способности населения может стать ограничителем на пути развития производства микрозелени в России.

Однако, несмотря на это, позитивные тенденции все же есть.

The Dairy News, со ссылкой на данные пищевой компании Archer Daniels Midland Company (ADM), считает, что в 2021 году появятся новые тенденции в пищевой отрасли, которые окажут влияние на потребительский спрос¹. Основное влияние на изменение основных тенденций оказали поведенческие и социальные особенности потребителей, сложившиеся в период пандемии. У покупателей сформировалось обостренное чувство тревоги, а также изменились приоритеты и появилось больше внимания к собственному здоровью.

Исследования компании показали, что 50% потребителей отдают предпочтение продуктам питания и напиткам, которые естественным образом содержат полезные ингредиенты, а 31% покупают больше товаров, специально предназначенных для особенностей их здоровья.

К тому же все более важную роль в спросе стали играть такие факторы как вкус и цвет. Потребители чаще выбирают разноцветные продукты в яркой упаковке. Предпочтения часто отдаются молочной продукции с цитрусовым вкусом, так как в таком продукте содержится полезный для здоровья витамин С. «Ностальгия», связанная с любимыми ароматами, также влияет на покупательский спрос.

Из-за того, что примерно 25% покупателей по всему миру страдают от болезней пищеварительной системы, а половина из них утверждает, что подобные проблемы оказывают умеренное или тяжелое воздействие на их здоровье в целом, изменяется и картина спроса на пищевую продукцию. Так, пандемия ускорила интерес потребителей к вопросу о здоровье, а вместе с тем и к продукции, влияющей на его поддержание.

Исследователи доказали, что продукты, нацеленные на поддержание микрофлоры к человека, помогают решать конкретные метаболические проблемы, а также регулировать изменение веса и даже поддерживать иммунитет².

Микрозелень обладает огромным потенциалом для повышения питательной ценности рациона человека, учитывая ее высокое содержание полезных соединений. С другой стороны, они приобретают все больший интерес не только по своей пищевой ценности, но и по своим интересным органолептическим свойствам и коммерческому потенциалу.

¹<https://www.dairynews.ru/news/top-5-globalnykh-trendov-pishchevoy-promyshlennost.html>

²<https://www.dairynews.ru/news/top-5-globalnykh-trendov-pishchevoy-promyshlennost.html>

Учитывая, низкую конкуренцию на пока слабо развитом рынке микрозелени в России, бизнес по производству микрозелени, может иметь положительные перспективы даже в текущих сложных экономических условиях.