

Перспективы развития рынка органической продукции в мире

Микрозелень, в целом, является новшеством на рынке здорового питания. Ее активно используют для украшения блюд в ресторанах и кафе. Основной рынок для сбыта микрозелени – магазины здорового питания, сетевые магазины, кафе и рестораны, бары, некоторые фитнес-центры. Оптовики и рядовые покупатели – последователи ЗОЖ.

Рынок микрозелени относится аграрному рынку, а именно к рынку продуктов питания, к одному из его сегментов – рынку органических продуктов.

По прогнозам Grand View Research, мировой рынок органических продуктов сохранит свой рост со скоростью 10–12% в год и достигнет в 2025 г объема порядка \$212-230 миллиардов. Предполагают, что к 2025 г. объем рынка органических продуктов может составить от 3 до 5% от мирового рынка сельхозпродукции.

Лидером по объему рынка органической продукции являются США (44% рынка). Далее с существенным отставанием идут страны Евросоюза и Китай.

В 2016 г. страны Европы впервые признали, что рынок потребления органических продуктов в ЕС растет быстрее, чем их производство.

Видимо, поэтому наибольшее количество производителей приходится на Индию, Уганду, Эфиопию и Танзанию¹.

Ниже приведена диаграмма крупнейших поставщиков микрозелени в мире:



Рис. 3. Основные поставщики микрозелени².

Выбор в пользу натуральных органических продуктов (обычно более дорогих по сравнению с традиционными) жители разных стран делают исходя из разных убеждений и по разным причинам. Главное – забота о своем здоровье. Именно это служит основным мотивом для покупок больше, чем половины французов (~63%). Немецкие потребители,

¹ rosorganic.ru/files/Analiz%20organicheskoy%20RF%202020%20%D0%B3.pdf

² <https://kodtnved.ru/podbor/mikrozelen.html>

обеспокоенные состоянием окружающей среды, покупают натуральные продукты, потому что их производство создает меньше загрязнений. Жителей Дании заботятся о животных, а жителей США – отсутствие в пище ГМО.

По количеству продукции, потребляемой на душу населения, европейские страны лидируют.

Количество людей, которые регулярно употребляют органические продукты за последние 15 лет выросло более чем в 5 раз и составило ~ 700 миллионов человек. Основными потребителями являются люди с высоким или средним достатком, проживающие в благополучных, развитых странах.

The ten countries with the highest per capita consumption 2018

Source: FiBL-AMI survey 2020

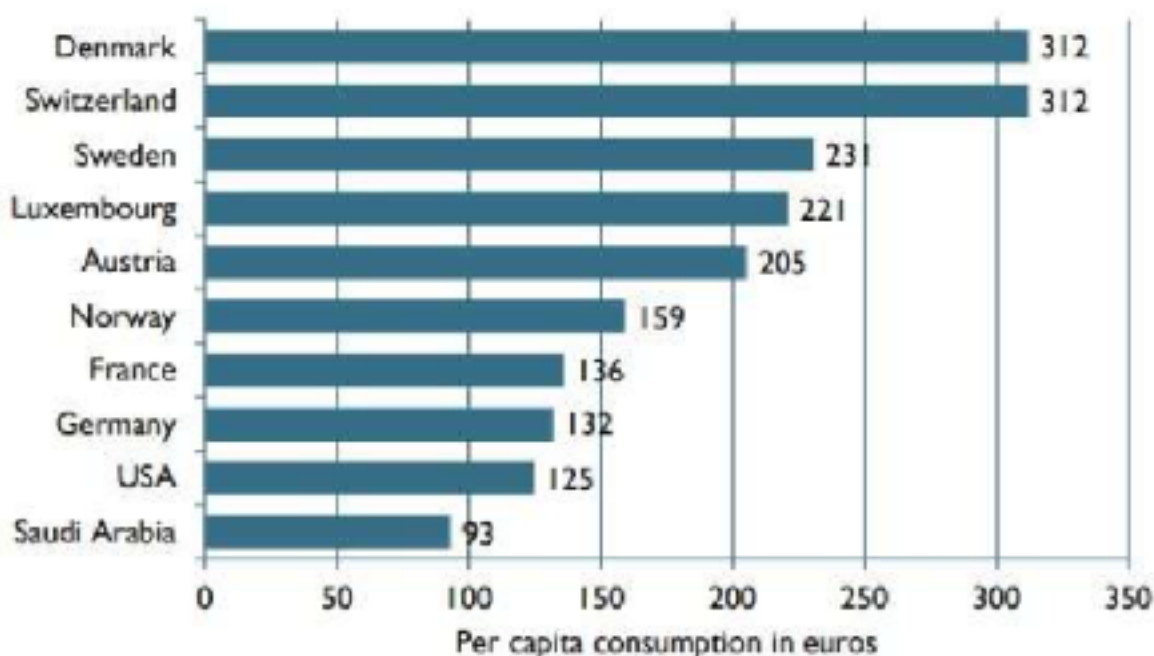


Рис. 4. 10 стран с наибольшим потреблением органической продукции в расчете на одного жителя (в евро) (2018 г.) (Источник: FiBL, 2020 г.)

В России формирование рынка экопродуктов только начинается, и пока что он мал. Объем рынка, по исследованиям FiBL и IFOAM в 2015 году, пока остается низким и составляет €120 миллионов (~7 миллиардов рублей), а потребление экопродуктов на душу населения в €0,8 (~48 рублей).

Развитию сегмента рынка микрозелений России мешают свои причины — в первую очередь отсутствие централизованных механизмов сертификации органических продуктов.

В 2020 году появились и другие причины – резкое изменение предпочтений потребителей из-за COVID-19.

Эксперты PwC (ныне «ТеДо») провели опросы среди горожан до и после вспышки эпидемии COVID-19, стараясь понять, во-первых, поведение потребителей, проживающих в городах и, во-вторых, последствия для бизнеса³.

В результате исследований выявили, что покупатели по большей части переориентировались на покупку, в основном, минимального набора жизненно необходимых товаров.

Исследования потребительского рынка в течение 8 лет до вспышки COVID-19 показывали, что горожане предпочитали физически осуществлять покупки в магазинах, и 47% делали покупки в магазине не реже одного раза в неделю. После вспышки COVID-19 опрос показал, что 49% респондентов тратят меньше ввиду сокращения количества доступных различных социальных мероприятий. 23% потеряли денежные средства из-за отмены мероприятий или активностей, из-за введенных мер самоизоляции, 50% стали больше использовать социальные сети, 56% стали чаще смотреть телевизор.

В исследовании потребителей, которое было проведено PwC (ныне – компания «ТеДо») до эпидемии, почти половина городских потребителей в мире указали, что они вносили изменения в рацион питания (принимали добавки, внедряли растительные пищевые продукты или ограничивали потребление определенных групп продуктов питания) в попытке вести более здоровый образ жизни. Исследование во время пандемии показало, что фокус с диеты и здорового питания сместился к целостной концепции ЗОЖ⁴.

В 2020 году еще одним фактором, сдерживающим развитие сегмента микрозелени, стало общее снижение потребления продуктов питания в России.

Дальнейшее снижение реальной покупательной способности населения может стать ограничителем на пути развития производства микрозелени в России⁵.

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

³ <https://roscongress.org/materials/globalnyy-obzor-potrebitelskogo-rynka-2020/>

⁴ <https://roscongress.org/materials/globalnyy-obzor-potrebitelskogo-rynka-2020/>

⁵ https://finance.rambler.ru/other/43501116/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink