

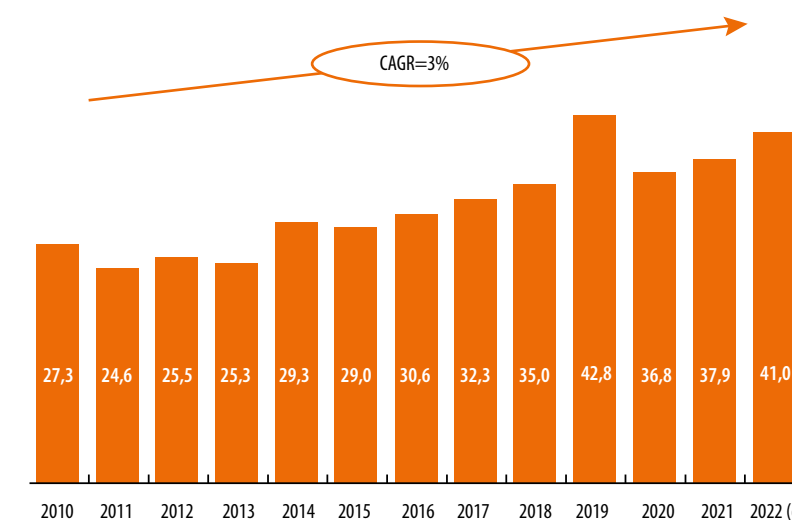
Рынок овощей защищенного грунта в России: итоги 2022 года и перспективы развития

Эксперты ГК «Интерагро» констатируют рост производства овощей защищенного грунта. В то же время потребление овощей в России будет снижаться, а владельцы теплиц продолжат дифференцировать бизнес.



Рост производственных мощностей – один из основных факторов увеличения производства овощей защищенного грунта в России. Несмотря на сложности, связанные с логистикой, нарушением отлаженных цепочек поставок оборудования и ростом себестоимости производства, в 2022 году в секторе овощеводства защищенного грунта продолжился рост производственных мощностей. По оценке ИКАР, в 2022 году производственные мощности в секторе

Диаграмма 1. Площадь защищенного грунта в России, млн кв. м



Источник: по данным Росстата, оценка ГК «Интерагро» на основе данных ИКАР

увеличились по меньшей мере на 2,8 млн кв. м новых высокотехнологичных теплиц. Таким образом, площадь защищенного грунта в России в 2022 году превысила 41 млн кв. м.

Ключевую роль в этом процессе сыграли крупнейшие на рынке компании – ГК «РОСТ» (г. Санкт-Петербург) и АПХ «ЭКО-культура» (г. Москва). Наиболее активное расширение площадей было зафиксировано в Центральном, Приволжском и Северо-Кавказском округах. Ввод новых производственных мощностей был простимулирован активным субсидированием в отрасли. В 2023 году больше всего запусков новых тепличных проектов ожидается в



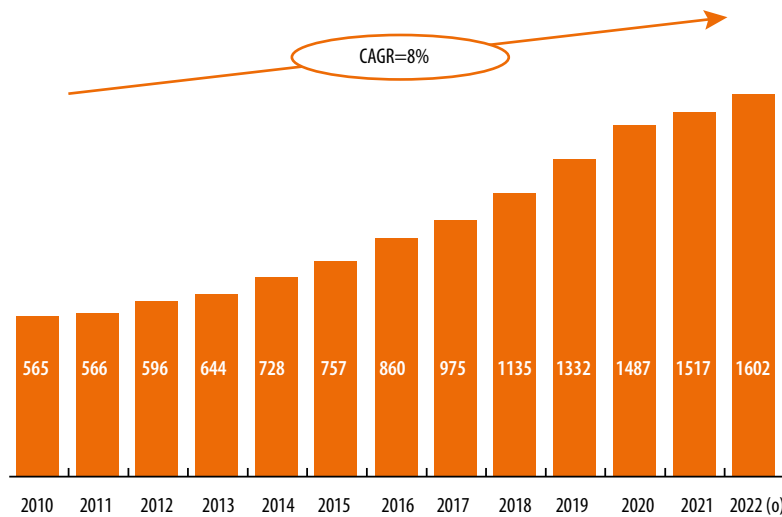
Европейской части России. Одновременно с этим из производственной цепочки выбывают технологически устаревшие теплицы, некоторые из них перепрофилируются под выращивание рассады и сезонных цветов.

По итогам 2022 года валовой сбор в секторе защищенного грунта достиг рекордных для России значе-

ний и составил 1602 тыс. тонн овощей, что больше предыдущего года на 5,6%. При этом в структуре производства существенных изменений не произошло. Так, производство тепличных огурцов оценивается в 885,7 тыс. тонн (+5,3% к предыдущему году), томаты – в 668,4 тыс. тонн (+6%). Производство прочих культур (зелени, баклажанов и перца) достигло 48,5 тыс. тонн.

В то же время эксперты ГК «Интерагро» отмечают: активный рост сектора и планомерное насыщение рынка за счет внутреннего производства приводят к потере его инвестиционной привлекательности. Производители, понимая возможные рыночные риски, активнее принимают решения о дифференциации или перепрофилировании бизнеса. Так, например, в ГК «Горкунов» (г. Москва), входящей в пятерку крупнейших производителей России, ТК «Новосибирский» был перепрофилирован под выращивание роз на срезку, а в ТК «Ярославский» уже продолжительное время выращивают горшечные розы. Также в качестве примера можно упомянуть один из комплексов Крайнего Севера, в экспериментальном режиме запущивший линию под выращивание клуб-

Диаграмма 2. Валовой сбор овощей защищенного грунта в России, тыс. тонн



Источник: по данным Росстата, оценка ГК «Интерагро» на основе данных ИКАР

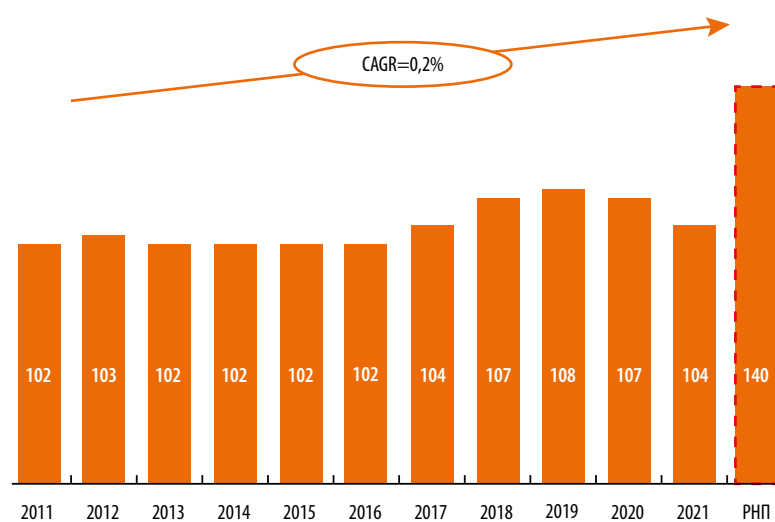
ники (без увеличения мощностей производства). Подобных примеров на рынке становится все больше.

Расширение ассортимента, наращивание экспорта и рост операционной эффективности бизнеса – основные стратегические приоритеты производителей овощей защищенного грунта

В настоящее время среднечеловеческое потребление овощей в России составляет 104 кг в год, что на 35% меньше, чем рекомендованная Минздравом России норма. За последние 10 лет потребление овощей в России увеличивалось медленными темпами – в среднем на 0,2% в год. Основным ограничивающим фактором являются доходы населения. По оценке ГК «Интерагро», по итогам 2022 года на фоне внешних вызовов для экономики России и снижения уровня жизни домохозяйств потребление овощей на душу населения снизится на 5%, до 99 кг в год.

По расчетам ГК «Интерагро», с учетом текущей динамики потребления овощей и рекомендованных норм потребления потенциальная емкость рынка овощей в России составляет 20,5 млн тонн. На фоне прогнозируемого Минэкономраз-

Диаграмма 3. Потребление овощей и продовольственных бахчевых культур в России, кг/чел. в год (РНП – рекомендованная норма потребления Минздравом России)



Источник: по данным Росстата, Минздрава России

вития России восстановления роста реальных располагаемых доходов населения в 2023 году на 1,6% и в 2024 году на 2,8% можно ожидать некоторого восстановления потребления овощей к уровню 2021 года на конец прогнозного периода, т. е. до уровня 104 кг/чел. в год.

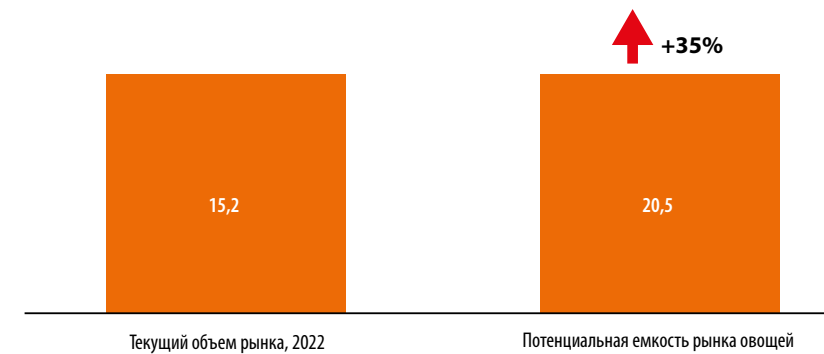
Относительно качественных изменений в потреблении овощей на фоне появления новых потре-

бительских паттернов и ускорения темпа жизни населения наблюдается тенденция к расширению ассортимента потребляемых овощей. Потребители все больше включают в рацион помимо базовых овощных позиций – огурцов и томатов – альтернативные (салаты, брюссельскую капусту, брокколи).

В ответ на эту тенденцию производители наращивают выпуск соответствующей продукции и реализуют новые инвестиционные проекты. Так, например, ГК «Белая Дача» в середине 2022 года приступила к строительству в Краснодарском крае первой очереди производственного комплекса «Салаты с моря» по выращиванию кочанных салатов в орошаемом открытом

грунте и бейби-салатов в туннельных пленочных теплицах. Данный проект будет реализован на территории площадью 850 га. Планируемый объем производства продукции составит 5 тыс. тонн салатов в год, из которых 3 тыс. тонн будут выращиваться круглогодично. Проект позволит «Белой Даче» увеличить производство более чем в 2 раза и обеспечить потребности своих пе-

Диаграмма 4. Расчет потенциальной емкости рынка овощей в России, млн тонн



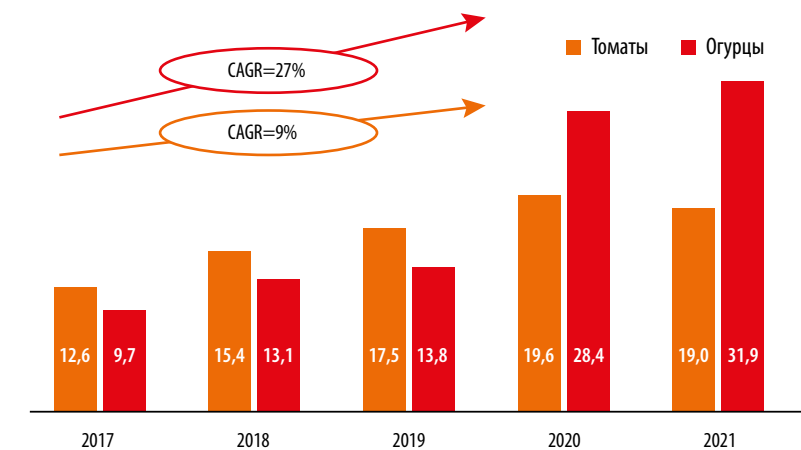
Источник: расчет ГК «Интерагро» по данным Росстата, Минздрава России

рерабатывающих площадок собственным сырьем. Объем инвестиций в проект составит 1,1 млрд руб.

ООО «Доброград Агро» планирует построить круглогодичный агрокомплекс по выращиванию зелени, ягод и овощей в особой экономической зоне «Доброград-1» Владимирской области. Объем инвестиций в строительство агрокомплекса планируется на уровне 227 млн рублей. Запуск предприятия предполагается в 3-м квартале 2023 года. ООО «Доброград Агро» планирует выращивать значительный ассортимент овощей, зелени и ягод. Некоторые из них хорошо известны на российском рынке, но в перспективе будут выращиваться и новые, необычные продукты, например брокколини – содержащий большое количество полезных веществ и витаминов овощ семейства капустных, который был выведен в Японии. Салатная продукция будет представлена культурами романо, кейл, мангольд, рукола, пак-чой, шпинат, красный щавель, корн-салат, мизуна, базилик. Производственная программа предприятия рассчитана на ежегодный валовой сбор салата и зелени на уровне свыше 19 тонн.

В Тульской области активно развивают производство овощной продукции, а также импортозамещение оборудования. ООО «Органик» выпускает уникальную автоматизированную линию для выращивания зе-

Диаграмма 4. Экспорт томатов и огурцов из России, тыс. тонн



Источник: по данным UN Comtrade

лени и пряных трав в теплицах по системе гидропонике. Компания разработала инвестиционный проект, предполагающий значительное расширение производства и открытие новых рабочих мест. Речь идет о строительстве шести новых линий и сортировочного помещения. Объем инвестиций оценивается в 130 млн рублей. За счет расширения мощностей планируемый объем производства продукции в месяц вырастет с 43 тыс. до 268 тыс. штук. Проект компания планирует реализовать к началу весны 2023 года за счет собственных средств. Кроме того, она поддержит других тульских производителей и поставщиков – сырье и материалы для запуска будут приобретаться в регионе.

Ожидается также рост потребления органических овощей. В 2022 году Минсельхоз России разработал проект стратегии развития органического производства, согласно которому объем внутреннего рынка органической продукции к 2030 году составит около 150 млрд руб. в денежном выражении, при этом среднегодовой уровень потребления такой продукции превысит 1 тыс. руб. на человека. Помимо развития внутрироссийского потребления органической продукции, органическое и зеле-

ное производство может стать одним из драйверов дальнейшего роста российского экспорта продукции АПК. По данным на конец 2022 года, экспортный потенциал органической продукции оценивался в 3,7 млрд руб. Одним из перспективных рынков может стать, в частности, Саудовская Аравия, также идет работа по взаимному признанию органических стандартов с Китаем.

Спрос на овощи и овощную продукцию в мире увеличивается: уже не нужно никого убеждать в том, что овощи полезны, популярность веганства продолжает расти.

Из-за высокого спроса при ограниченном предложении ценовая динамика на мировом рынке



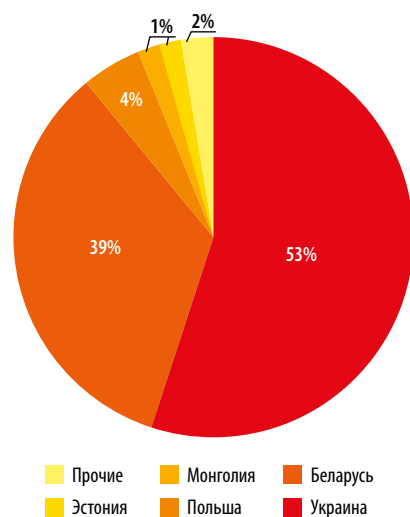
наибольшую долю занимали Украина (53%) и Беларусь (39%). В то же время другие экспортные направления нуждаются в дополнительной проработке.

По мнению экспертов «Интерагро», наиболее эффективным способом увеличения несколько просевшего внутреннего спроса на овощи защищенного грунта остаются повышение качества предпродажной подготовки и правильная упаковка тепличной продукции.

«В условиях, когда рынок приближается к насыщению, а спрос на свежие овощи снижается, производителям необходимо работать над расширением ассортимента, а также над тем, чтобы быстро доводить свою продукцию до прилавков



Диаграмма 5.
Структура экспорта томатов и огурцов из России, 2021, тыс. тонн, %



Источник: по данным UN Comtrade

овощей в настоящее время стремится вверх. Напомним, что Китай, являясь основным экспортером овощей на мировой рынок, до сих пор борется с коронавирусом, цепочки поставок были прерваны, и дистрибьюторы стремятся диверсифицировать свои сети.

Россия обладает достаточным экспортным потенциалом в отношении овощей. На фоне достижения самообеспеченности в 2019 году особенно быстрыми темпами развивается экспорт огурцов. В 2017–2021 гг. объемы экспорта огурцов увеличивались в среднем на 27% в год. По томатам показатели самообеспеченности пока ниже нормы и находятся на уровне 60%, по экспертным оценкам. Ограничивающим фактором роста экспорта овощей из России являются сложившиеся в 2022 году санкционные реалии. В структуре экспорта овощей и томатов в условиях 2021 года

магазинов и конечного потребителя, – говорит Роман Нуриев, коммерческий директор «Интерагро». – Правильная упаковка играет в этом первостепенную роль».

Эксперт отмечает: сегодня упаковка превратилась в эффективный инструмент маркетинга: она дает возможность не только сохранить продукцию длительное время, но и сделать узнаваемым бренд производителя, помочь покупателю быстро совершить покупку. Важно и то, что с помощью упаковки можно дифференцировать продукцию – вывести на рынок широкий ассортимент по разной цене.

РЕКЛАМА