

О.В. Душак, к.т.н., доцент

Національний університет харчових технологій (НУХТ), м. Київ, Україна

7. ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ОВОЧЕВИХ КОНСЕРВІВ

Вважається, що рівень споживання фруктів і овочів на душу населення безпосередньо пов'язаний з рівнем доходів і свідчить про загальний добробут нації - чим вище споживання фруктів і овочів, тим багатша країна. З цієї точки зору найбагатшими країнами світу є США, Канада, країни Західної Європи та Японія. Овочі та фрукти є важливою складовою харчування людини, основним джерелом мінеральних солей і вітамінів, від яких залежить здоров'я, довголіття та нормальна працездатність. Проте, сезонність збору овочів і фруктів, труднощі зберігання змусили людей шукати нові форми переробки харчових продуктів, які значно подовжили б термін їх придатності до споживання та забезпечили збереження (товарний вигляд, основні мінеральні речовини тощо) у міжсезоння [1].

На ринок овочевих консервів впливають фактори двох груп - виробництва та споживання. До перших належать збір урожаю овочевих культур, закупівельні ціни на них, тарифи на енергоносії, витрати на фасування, зберігання та транспортування готових консервів. До другої групи належать постійний попит, уподобання покупців за видами продукції, рекламні кампанії, модні тенденції на різні системи харчування та способи життя, розвиток HoReCa.

Споживання плодовоовочевої консервації визначається декількома факторами:

- стабільністю економічної ситуації: як тільки фінансові можливості споживачів погіршуються, вони починають відмовляти собі в консервованих овочах і фруктах;

- сезонність: найвищий рівень споживання покупної плодовоовочевої консервації спостерігається взимку

- вплив ринку свіжих овочів, які достатньо представлені в супермаркетах взимку, і впливають на зменшення частки консервів. Проте, на даний момент обидві товарні групи ідентифіковані, і кожна зайняла свою позицію.

Овочепереробна галузь України є складною, багатофункціональною галуззю та має господарський комплекс з розвиненою системою галузевої кооперації та міжнародної діяльності. У 2018-2019 роках обсяг ринку овочевих консервів в Україні склав понад 60 тис. тонн у натуральному вираженні та понад 330 млн доларів США в грошовому [2]. У цих умовах особливого значення набуває асортиментна політика. До товару з боку споживача висувуються підвищені вимоги до асортименту та якості, а його економічна ефективність залежить від ефективності роботи переробного підприємства.

Не зважаючи на збільшення виробництва в останні роки, споживання плодовоовочевої продукції в Україні далеке від такого ж показника в ЄС і США. Так, якщо в Україні щорічно споживається близько 4 кг плодовоовочевої консервації на душу населення, то в ЄС цей показник становить 10-16 кг, в Канаді

-13 кг, а в США -50 кг [3]. Це може бути пов'язано не лише з повільним зростанням добробуту населення, а й з рівнем якості багатьох консервів, адже в Європі він значно вищий, ніж у нас, тому культура споживання та ставлення до консервів різне.

Основне місце в харчуванні українців займають класичні асортиментні позиції консервації - маринади, горох, кукурудза, овочеві соуси. Культура споживання цих продуктів склалася давно. Наприклад, маринади - традиційна закуска на повсякденному і святковому столі. Горошок і кукурудзу використовують як самостійний гарнір або як елемент салатів. Овочевий паштет – популярна, швидка, смачна та поживна закуска. При цьому традиція приготування домашніх заготовок вносить досить значний внесок у загальне споживання овочевих консервів, що дозволяє зменшити споживання консервації, виготовленої на підприємствах.

Частка споживання продуктів, приготовлених в домашніх умовах, займає близько 50-55% від загального споживання плодоовочевих консервів. Однак слід зазначити, що така ситуація характерна для периферії, тоді як мегаполіси (Київ, Харків, Дніпро та ін.), навпаки, демонструють скорочення споживання домашніх продуктів і зростання споживання промислового виробництва консервів до 80%. Сьогодні споживачі віддають перевагу тим видам консервів, які складно виготовити в простих домашніх умовах. До таких видів продукції відносяться консервована кукурудза, горошок, бобові, гриби, овочева ікра та ін. Попит на фруктові консерви практично відсутній. Серед найпопулярніших торгових марок плодоовочевої продукції – «Верес», «Чумак», «Торчин продукт», «Ніжин» та «Руна».

Останніми роками в Україні популяризується здоровий спосіб життя, який стимулює збільшення споживання овочевої та фруктової продукції в цілому. Загальне збільшення споживання овочевих консервів зумовлене такими причинами:

1. Зростання добробуту споживачів дозволяє не витрачати особистий час на створення домашніх заготовок, а купувати готові консерви, виготовлені промисловим способом;

2. Прискорений ритм повсякденного життя, який особливо відчувається у великих містах, не залишає часу на приготування домашніх заготовок;

3. Зростання зайнятості жінок, головних творців домашньої овочевої консервації, призводить до ситуації, коли споживачі змушені вдаватися до іншої альтернативи – купувати плодоовочеві консерви в магазинах [1].

Література

1. Official site of the State Statistics Committee of Ukraine(2020), retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Business Internet Weekly(2020), retrieved from : <http://www.buzness.ua>
3. Fruit and vegetable sector:what is required today? (2020), retrieved from: https://trademaster.ua/ryinki_food/312385.