

16 Дослідження стану ринку вершкового масла

Катерина Ступка, Надія Анненкова

Національний університет харчових технологій

Вступ. Вершкове масло – один із найбільш смачних, корисних і повністю засвоюваних організмом молочних продуктів, який користується широким попитом серед різних верств населення.

Матеріали і методи. Матеріалами слугувало вершкове масло вітчизняних та зарубіжних виробників, яке реалізується на ринку м. Києва. У дослідженні були використані загальнонаукові методи: аналізу, узагальнення, економіко-статистичного аналізу. Інформаційною базою дослідження виступають роботи вітчизняних дослідників, статистичні матеріали, опубліковані в періодичних виданнях, тощо.

Результати. Ринок вершкового масла України представлений зарубіжними і вітчизняними виробниками. Частка масла зарубіжного походження складає 18%. Одним з основних постачальників масла вершкового до України у січні 2016 року стала Нова Зеландія (106 тис. \$.), другою була Франція (67 тис. \$.), третьою Італія – (4 тис.\$) [1].

Вершкове масло українських виробників користується заслуженим попитом в інших країнах. У січні 2016 року на зовнішні ринки Україною у вартісному вираженні було експортовано вершкового масла на суму понад 1 млн. \$. Найбільші обсяги поставок за січень 2016 року Україна здійснила до Грузії (336 тис. \$), Єгипту (268 тис. \$) та Марокко (144 тис.\$) [1].

На ринку м. Києва були виявлені наступні торгові марки вітчизняного вершкового масла: «Яготинське» (ПАТ «Яготинський маслозавод», Київська обл.), «Селянське» (ТОВ «Люстдорф», Вінницька обл.), «Наш молочник» (Старокостянтинівський молочний завод, Житомирська обл.), «Добряна» (ПП «Рось» Філія «Роменський молочний комбінат, Сумська обл.), «Волошкове поле» (ПАТ «Юрія», Черкаська обл.), «Тулчинка», «Ферма» (ПАТ «Тулчинський маслосирзавод», Компанія «Терра-Фуд», Вінницька обл.), «Галичина» (ПАТ «Галичина», Івано-Франківська обл.), «Простоквашино» та ін.

За опитуваннями споживачів у м. Києві було встановлено, що найчастіше вони купують селянське масло торгових марок: «Яготинське», «Селянське», «Наш молочник» у зв'язку з доступною вартістю і високими смаковими властивостями.

Щодо жирності, то найвищим попитом користується масло «Селянське» (72,5-79,9% жиру). Це масло за купівельним попитом становить 52%. Масло низької жирності 61,5–72,4% («Бутербродне») користується дещо нижчим попитом – 28%, масло «Екстра» жирністю 80-85% має значно вищу вартість та у купівельному попиті складає 15%, і зовсім низький попит на масло топлене – 5%.

Проведено було також опитування серед споживачів, щодо частоти споживання вершкового масла. Виявилось, що 78% опитаних вживають вершкове масло кожного дня, 12% опитаних не вживають масло у піст, 6% вживають масло рідко, від настрою (більше взимку), 4% – не вживають взагалі.

Висновок. За проведеними дослідженнями встановлено, що на ринку України є масло вітчизняних і зарубіжних виробників. Український споживач вживає масло майже кожного дня, проте більше поважає вітчизняну продукцію середньої жирності.

Література

1. Agravery. Аграрне інформаційне агентство [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/tag/show/321>