

АКТУАЛЬНІ МАРКЕТИНГОВІ ФУД-ТРЕНДИ ТА ЇХНІЙ ВПЛИВ НА ПІДПРИЄМНИЦТВО У СФЕРІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Ткачук С.В., к.е.н., доцент
*Національний університет харчових
технологій (НУХТ), м. Київ, Україна*

Для успішного ведення бізнесу потрібно розуміти вимоги ринку, зокрема тенденції зміни споживчих уподобань. Розглянемо основні фуд-тренди, які необхідно враховувати підприємствам сфери харчової промисловості та громадського харчування.

1. Першим трендом є тренд здорового способу життя, що породжує попит на натуральні продукти, екологічні продукти, продукти, збагачені на функціональні інгредієнти, продукти, одержані шляхом вилучення неоднозначних інгредієнтів, а також попит на суперфуди [1, 2].

2. Другою тенденцією є пришвидшення ритму життя та діджиталізація. Це збільшує попит на послуги закладів громадського харчування (ЗГХ), причому не лише фаст-фуди, але й на ЗГХ, що пропонують корисну екологічну їжу. Зростає попит на послуги служб замовлення і доставки продуктів (Zakaz.ua, Glovo, Uber Eats, Eda.ua, Royal Service тощо). З'являються віртуальні ресторани, які не мають приміщень для організації харчування та дозвілля клієнтів, натомість надають послуги із приготування та доставки страв клієнтам. Швидкий ритм життя змінює вимоги споживача й безпосередньо щодо харчового продукту: одними із ключових вимог є зручність та простота споживання (зручна упаковка, простота приготування тощо). Діджиталізація та простота доступу до інформаційних ресурсів сприяє підвищенню рівня обізнаності споживачів щодо складу продуктів, корисності чи шкоди певних інгредієнтів, що, разом із трендом здорового способу життя, збільшує вимоги до натуральності та корисності харчових продуктів, а також до прозорості й

соціальної відповідальності підприємств-виробників, зокрема й до надання повної достовірної інформації та упаковці товарів.

3. Ще одним трендом сучасного життя є турбота про довкілля та попит на товари «круелті-фрі». Останній тренд особливо актуальний щодо косметичної галузі (попит на косметику, яка б тестувалась «in vitro», а не із застосуванням вівісекції). У харчовій сфері попит на товари «круелті-фрі» проявляє себе у повній чи частковій заміні тваринних продуктів на рослинні (від поллотаріанства та пескетаріанства до веганства). Крім того, попит на веганські та вегетаріанські продукти формують не лише прибічники «круелті-фрі», але й сегмент, орієнтований на здоровий спосіб життя [2].

4. Збільшення попиту на локальні продукти з наступних причин: корисність (теорія харчування предків), турбота про довкілля (менша потреба у транспортуванні, викидах CO₂, фреону тощо), нижчі ціни у порівнянні із імпортними продуктами, бажання підтримати власного виробника. З іншого боку, зростає тренд мультикультурності, що особливо проявляє себе у появі етнічних ЗГХ, що пропонують страви різних країн світу [1].

5. Сміливі комбінації смаків (наприклад, чорний шоколад з морською сіллю) та попит на крафтові продукти.

6. У політиці просування зростає роль кулінарних блогів та шоу.

Висновки. Зміни у стилі життя споживачів, їхніх цінностей та пріоритетів формує нові вимоги до харчових продуктів та послуг ЗГХ, що має бути враховане підприємствами цих сфер задля зміцнення своїх позицій на ринку.

Література

1. 5 головних фуд-трендів нашого покоління. Електронний ресурс <https://www.the-village.com.ua>. 2019. URL: <https://cutt.ly/5EXayoy> (дата звернення: 12.10.2021).
2. Топ-7 нових трендів на ринку їжі. AgroPortal.ua за матеріалами Chsinc.com. 2016. URL: <https://cutt.ly/IEXav23> (дата звернення: 12.10.2021).