

УДК 339.45

Симко Ю. – ст. гр. БМмі - 53

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

МОНІТОРИГ РИНКУ ВИРОБНИЦТВА ТА СПОЖИВАННЯ ЗАМОРОЖЕНОЇ ПРОДУКЦІЇ.

Науковий керівник: к.т.н. Стойко І.І.

Незважаючи на низький рівень споживання, ринок замороженої плодоовочевої продукції в Україні активно розвивається. Динаміка росту ринку (30% щорічно) перевищує прогнозування експертів (20-25%). Така тенденція характерна для усіх країн пострадянського простору і пов'язана зі зміною соціальної структури і системи харчування.

Зростання споживання замороженої плодоовочевої продукції обумовлено: зміною раціону харчування; прискоренням темпу життя українців і збільшення кількості працюючих жінок; підвищенням матеріального рівня населення; розповсюдженням побутових мікрохвильових печей; розвитком переробних і зберігаючих технологій, наприклад таких, як вакуумна упаковка; збільшенням впливу „фаст-фудів”; розширенням пропозиції і географії збуту замороженої продукції. Виробники і оператори ринку замороженої плодоовочевої продукції, орієнтуються на свою аудиторію. Як правило це жінки які проживають у великих містах і мають достатньо коштів на купівлю продукції. Саме на них спрямовано розширення асортименту заморожених сумішей і вихід нових брендів на ринок, оскільки, виробник акцентує увагу на швидкість приготування, „корисність” і ексклюзивність продукції. Значним попитом, в населення користуються овочеві суміші, також суміші для супу, різні види капусти (брокколи, цвітна, брюссельська) та зелений горошок. В загальному обсязі надходження на ринок продукції, лідирує заморожена картопля, яка не користується високим попитом у населення і поставляється в ресторани швидкого обслуговування. Так на „фаст-фуди” припадає біля 95% загального обсягу продукції. При цьому в загальній структурі продажу вона займає 70%. Український ринок замороженої плодоовочевої продукції зорієнтований в основному на імпортну продукцію (80%).

Основними країнами-імпортерами є Польща, Нідерланди, Бельгія, Франція, Російська Федерація. З введенням змін митних тарифів на ринок України стане ще більш вигідним імпортувати швидкозаморожену продукцію. Серед торгових марок, які орієнтуються на споживачів України, найбільш відомими є польська Hortex, французька Bonduelle, Hortino, „4 сезона” – Росія. Серед найбільш відомих українських марок замороженої продукції можна відмітити ТМ „Шарм” (ЗАТ „Дісконт”), ТМ „Артика”(ТОВ „Арті”), ТМ „Беріка” (ТОВ „Топ-трейд”), ТМ „Сім-Сім”(ТОВ „Сім-Сім”), „Ольвіта”, „Дісконт”, ТМ „Дригало”.

Отже, український ринок замороженої плодоовочевої продукції, який зорієнтований в основному на імпортну продукцію, невпинно зростає. В останні роки представники іноземного капіталу розглядають Україну не тільки як базу для експорту продукції, але і як базу для інвестування виробництва замороженої плодоовочевої продукції. Нажаль вітчизняні виробники не можуть бути достойними конкурентами зарубіжних компаній. В першу чергу це пов'язано з низьким рівнем рекламних компаній продукції, відсутністю відомих брендів і низькою якістю пакування.