

МОНІТОРИНГ РИНКУ ВИРОБНИЦТВА ТА СПОЖИВАННЯ ЗАМОРОЖЕНОЇ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Мадани Абделкадер, канд. техн. наук, доцент
Одеський державний економічний університет, м. Одеса

В статті проаналізовано ринок замороженої плодоовочової продукції. Розглянуто динаміку виробництва замороженої плодоовочової продукції.

The article analyzed the market of frozen fruits and vegetables. The dynamics of the production of frozen fruits and vegetables.

Ключевые слова: ринок, торгова марка, заморожена плодоовочева продукція.

У світі продукується і споживається велика кількість заморожених фруктів та овочів. З овочів у великій кількості виробляють картоплепродукти, зелений горошок, солодкий перець, цукрову кукурудзу, квасолу, помідори та ін. З фруктів — полуницю, малину, чорну смородину, чорницю, черешню та ін. Світовим монополістом з експорту замороженої продукції є Польща, яка є основним постачальником цієї продукції до країн Європейського Союзу.

Річне споживання замороженої рослинної продукції в розвинених країнах світу перевищує 40–100 кг в рік на душу населення. Лідерами у споживанні є Великобританія, Німеччина, Франція. Питому частку країн-лідерів у загальному обсязі споживання замороженої плодоовочевої продукції наведено на рис 1.

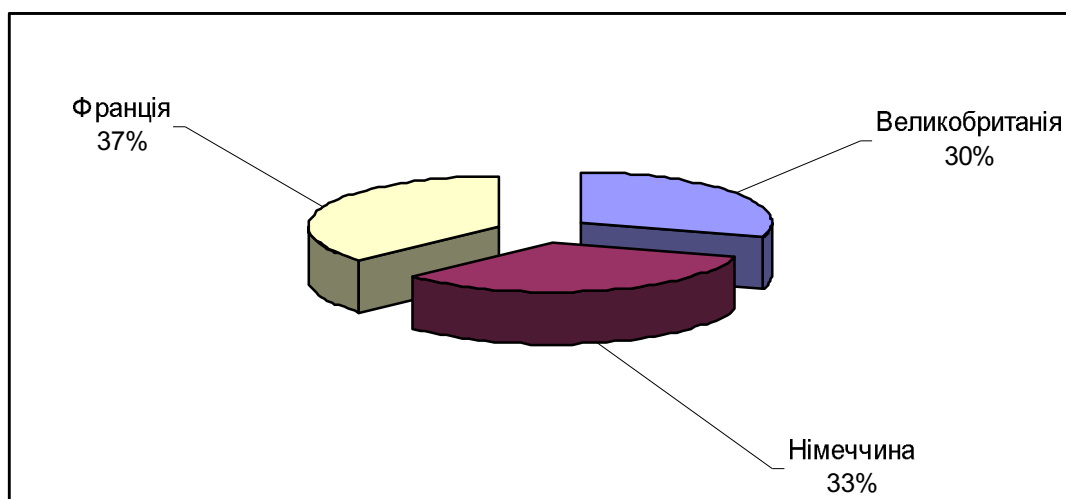


Рис. 1 – Питому частку країн лідерів у загальному обсязі споживання замороженої плодоовочевої продукції, %

В Україні та країнах Східної Європи рівень споживання овочів і фруктів, в тому числі заморожених, швидко підвищується з року в рік, але знаходиться ще на досить низькому рівні порівняно з країнами європейського ринку. Так, рівень споживання замороженої плодоовочевої продукції в Польщі в 2005 році становив 54 кг, що в 7 разів менше, ніж в країнах Західної Європи, та у 5 разів більше, ніж у Росії та Україні. Це підтверджує потенційні можливості розвитку ринку в цій частині Європи, а також і потенціал фірм, які займаються виробництвом та торгівлею замороженими овочами і фруктами [4].

Аналізом ринку швидкозамороженої плодоовочевої продукції України, встановлено, що у роздрібній торговельній мережі переважають в основному заморожені фрукти і овочі виробництва польських фірм (Zgoda, Hortex та ін.), що зумовлено високою конкурентоспроможністю продукції польського виробництва. Серед країн-постачальників є Франція, Німеччина, Молдова (2,5 % від всього обсягу ввозу даної продукції), Італія (2,1 %).

Найбільшою популярністю користуються так звані монопродукти: стручкова квасоля, цвітна капуста, броколі, полуниця, продаж яких в 2006–2008 рр. склав біля 45 % від загального обсягу. Зростає попит

і на овочеві суміші. Серед виробників лідером на українському ринку замороженої плодоовочевої продукції є польська компанія Hortex. Польські виробники мають найбільшу частку ринку (71,7 %) і традиційно займають нішу середніх за якістю продуктів, орієнтуючись на споживачів із середніми доходами [5].

В Польщі розвиток холодильного консервування пов'язують, перш за все, з особливостями внутрішнього ринку. Його великі потенційні можливості засновані на зростаючій можливості споживачів. Річне споживання заморожених плодів і овочів в Польщі складає близько 4 кг на людину, тобто 1/5 частину середнього показника по Євросоюзу або 1/12 споживання замороженої продукції в Данії. Приблизна структура споживання така: на долю заморожених овочів припадає 2,0–2,4 кг, тобто 50...60 %, плодів і ягід — 25 %, решту поляки споживають в складі інших продуктів.

Загальний обсяг пропозиції замороженої продукції у Польщі визначається в основному власним виробництвом.

Серед відомих польських компаній по виробництву замороженої плодоовочевої продукції можна відмітити фірми Hortex і Zgoda [3].

У фірми Hortex дійсно роками налагоджений механізм закупівлі сировини, відслідковування власне процесу вирощування культур, допомога постачальникам в насінні, добривах. Вони закуповують товар тільки певної якості і певних розмірів у суворій відповідності з усіма стандартами. Проводять дуже ретельний відбір, сортування, калібрування продукту тощо. Компанія постійно займається вивченням попиту і розширює власний асортимент: так, наприклад, з'явилися заморожені готові страви на основі овочів і м'яса [3].

Компанія Zgoda, овочі і плоди кращих сортів як сировину, закуповує у спеціально відібраних селян і виключно у екологічно чистих регіонах Польщі. Довголітня традиція у виробництві заморожених продуктів забезпечила розвиток так званої сировинної бази — спеціалізованих селянських господарств, які здатні на сьогодні вирощувати плоди і овочі найвищої якості із порівняно низькими затратами, завдяки високій урожайності і механізації праці. Ці господарства розташовані порівняно недалеко від холодильних комбінатів (занадто велика відстань впливає на зниження якості товару під час транспортування і підвищення загальних витрат на виробництво) і забезпечує закупівлю для компанії Zgoda біля 60 тис. т. плодів і овочів протягом двох місяців збирання врожаю [3].

З метою забезпечення найвищої якості сировини збір урожаю відбувається у розпалі вегетаційного процесу, а заморожуванню передують ретельний відбір плодів і овочів.

В останні роки в Європі спостерігається помітне зростання попиту на екологічно чисті продукти харчування, особливо для дитячого харчування. Ökohof — під такою торговою маркою німецьке підприємство Ardo випускає заморожену екологічно чисту продукцію. Асортимент дитячого харчування представлено цвітною капустою, молодими зеленими бобами і квасолею, кукурудзою, зеленим горошком, листям зеленого салату, морквою сорту «картопля». Крім того, під назвою «біопродукти» випускаються продукти, весь цикл вирощування яких здійснюється в екологічно чистих умовах.

Як свідчать дані інформаційних джерел, в Німеччині споживання замороженої плодоовочевої продукції у 2010 році порівняно з 2008 р. підвищилося: на 3 % овочів, 2,2 % — плодів, 5 % — картоплепродуктів [6]. Структуру споживання замороженої плодоовочевої продукції в Німеччині наведено у табл. 1.

Таблиця 1 – Структура споживання замороженої плодоовочевої продукції в Німеччині

Заморожені продукти	2008 рік		2010 рік	
	Кількість, тонн	Питома частка, %	Кількість, тонн	Питома частка, %
овочі	430900	42	446412,4	50,09
плоди	60700	7	62096,1	6,96
картоплепродукти	357600	51	382632	42,95

В асортименті фірми Henry Lamotte GmbH із німецького міста Бремена крім великої кількості різноманітних заморожених овочів, є також великий вибір заморожених прянощів, трав і коріння — базилік, острогін, чабер садовий, кріп, коріандр, часник, любисток, садовий майоран, петрушка, перець, розмарин, шалфей, цибуля-шалот, кмін тощо.

Заморожені овочі, овочеві суміші, пироги з овочевою начинкою, готові страви на основі картоплі і овочів фірми Unifrost широко відомі на ринку замороженої продукції. На сьогодні виробничою програмою фірми Unifrost передбачено випуск маленьких головок цвітної капусти і капусти броколі, які упаковують разом із нарізаною морквою, що надає цій страві вишуканого смаку і приємного зовнішнього вигляду.

На європейському ринку почали з'являтися зовсім нові продукти від азіатських виробників замороженої продукції. Наприклад, фірма Kreyenhop & Kluge поставляють на німецький ринок заморожені про-

дукти харчування із бамбуку, коріння лотосу, стручків цукрового гороху, качанів кукурудзи та багатьох інших екзотичних рослин цього континенту. І якщо раніше ці продукти імпортувались в консервованому вигляді, то в останні роки вони поставляються також свіжозамороженими.

Французька компанія *Bonduelle* є визнаним лідером по переробці овочів. На сьогодні *Bonduelle* має в своєму асортименті консервовані овочі, заморожені овочі, готові страви. Асортимент плодоовочевої продукції французької компанії *Bonduelle* представлено у табл. 2.

Таблиця 2 – Асортимент плодоовочевої продукції французької компанії *Bonduelle*

Група плодоовочевих товарів	Питома частка у структурі виробництва, %	Питома частка реалізації в Європі, %
Консервовані овочі	52	19,5
Заморожені овочі	30	11
Готові страви з овочів	18	10

Виробничі потужності компанії *Bonduelle* розташовані в Західній Європі, Центральній і Східній Європі, а також в Африці і Південній Америці [56].

Оскільки головною вимогою споживачів є якість продукції, компанія пропонує магазинам і підприємствам громадського харчування свіжі, консервовані і швидкозаморожені овочі, для виробництва яких застосовується найсучасніше високотехнологічне обладнання. Усі заводи *Bonduelle* мають сертифікат ISO 9002 і розташовані в сільськогосподарських районах, що гарантує швидку і якісну переробку сировини. Овочі на кожному етапі переробки проходять фізико-хімічний, органолептичний і мікробіологічний контроль, який здійснюють штатні лабораторії підприємства. Цей контроль більш суворий, ніж той, який передбачено чинним законодавством більшості європейських країн.

Початок випуску заморожених овочів *Bonduelle* припадає на 1968 рік, коли у місті Естре (Франція) було введено в дію перший завод по їхньому виробництву.

Крім того, *Bonduelle* продовжує розвивати свою діяльність у сфері суспільного харчування. В Європі, наприклад, компанія є найбільшим постачальником овочів для закладів громадського харчування. Відомо, що частка *Bonduelle* в цьому сегменті ринку складає 10,7 % [7].

В Україні, за даними експертів, середньостатистичне споживання заморожених овочів, фруктів та грибів складає близько 300 грамів. Для порівняння — Росія споживає заморожені продукти цієї групи в 5 разів більше, а в країнах ЄС цей показник перевищує український в 20 разів.

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 [2].

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. Згідно офіційних даних в Україні в 2009р. було виготовлено 6352 т швидкозамороженої продукції, в 2010 р. — 8912 т, приріст склав 40 % [5].

Значним попитом, в населення користуються овочеві суміші, також суміші для супу, різні види капусти (броколі, цвітна, брюссельська) та зелений горошок. Структура продажу замороженої продукції в торговельних мережах м. Одеси в 2010 р. представлена на рис. 2.

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-фуді» припадає біля 95 % загального обсягу продукції. При цьому в загальній структурі продажу вона займає 70 %. Найбільшим попитом користується підсолена картопля, нарізана соломкою для «фрі» [2].

Український ринок замороженої плодоовочевої продукції зорієнтований в основному на імпорту продукцію (80 %). Основними країнами-імпортерами є Польща, Нідерланди, Бельгія, Німеччина, Чехія, Україна [4]. Питома частка країн-виробників замороженої плодоовочевої продукції на ринку України представлена на рис. 3.

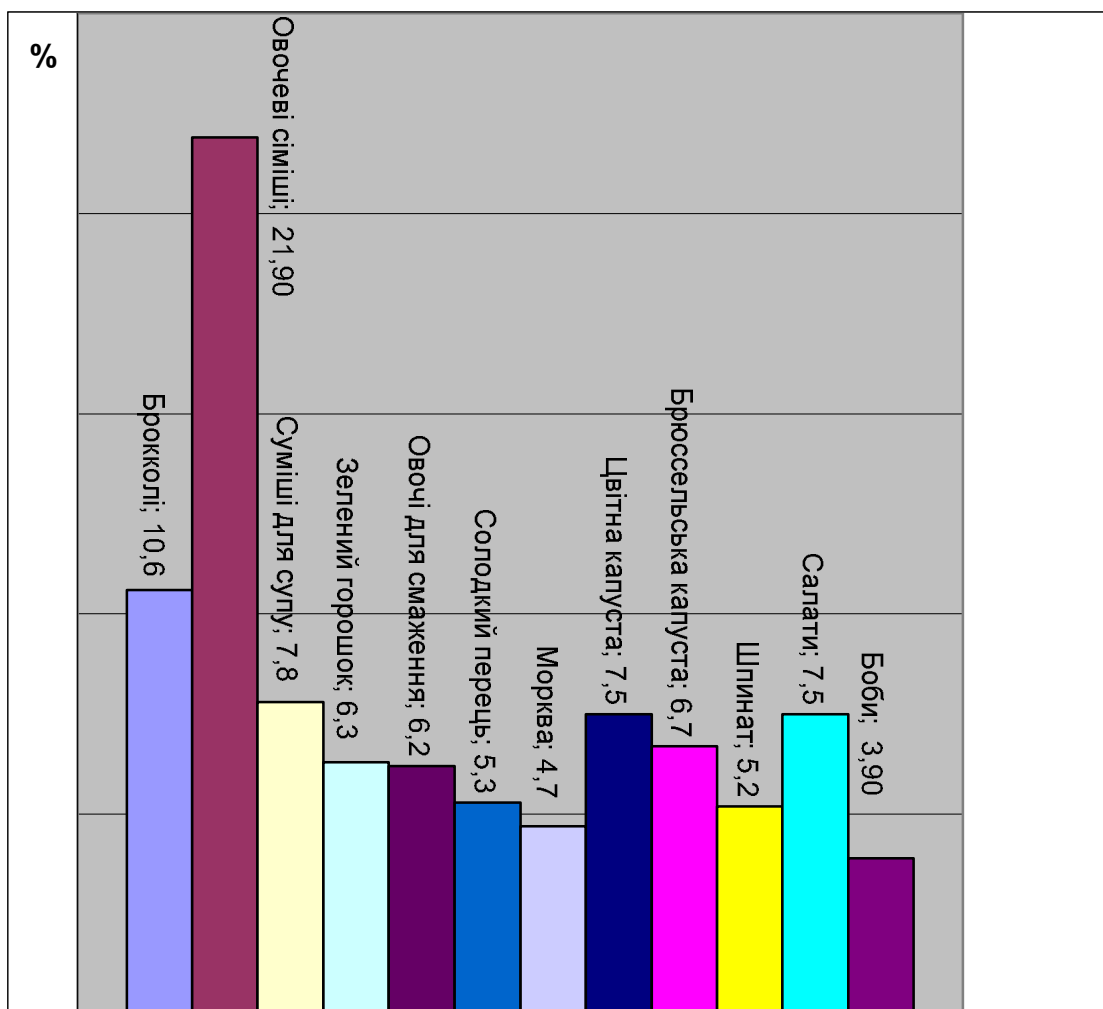


Рис. 2 – Структура продажу замороженої овочевої продукції в торгівельній мережі м. Одеси, %

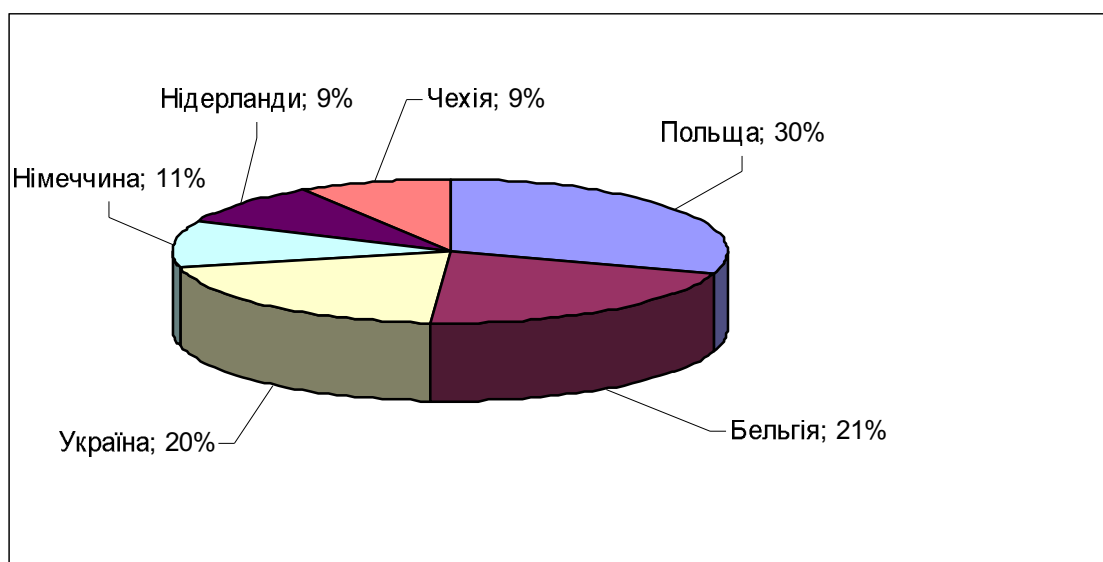


Рис. 3 – Питома частка країн-виробників замороженої плодовоовочевої продукції на ринку України

З введенням змін митних тарифів на ринок України стане ще більш вигідним імпорту швидкозамороженої продукції.

Серед торгових марок, які орієнтуються на споживачів України, найбільш відомими є польська Hortex, французька Bonduelle, Hortino, «4 сезона» — Росія. Французька компанія почала завойовувати Український ринок з 1998 р, а польська працює на ринку ще з радянських часів.

Представники іноземного капіталу розглядають Україну не тільки як базу для експорту продукції, але і як базу для інвестування виробництва замороженої плодоовочевої продукції. Наприклад в 2010 р. нідерландська група компаній Olviya Investments BV, через власну структуру ООО «Ольвіта», відкрила виробництво в Київській області. Компанія має наміри займатись власною брендовою продукцією на ринку України, а також орієнтуватись на експорт в країни ЄС та Ізраїлю [5].

Вітчизняні виробники замороженої плодоовочевої продукції поки що 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 [2].

Серед найбільш відомих українських марок замороженої продукції можна відмітити ТМ «Шарм» (ЗАТ «Дісконт»), ТМ «Артика»(ТОВ «Арти»), ТМ «Беріка» (ТОВ «Топ-трейд»), ТМ «Сім-Сім» (ТОВ «Сім-Сім»), «Ольвіта», «Дісконт», ТМ «Дригало». Останнім часом активно просувається на ринок херсонська ТМ «Дарус», яка окрім традиційних для ринка найменувань, пропонує також новинки, наприклад цукрову кукурудзу у качанах.

Не дивлячись на низький рівень рекламних компаній, більшість українських виробників орієнтуються не на внутрішній ринок, а на експорт. Так, біля 80 % виготовленої замороженої продукції як сировина екпортується до Росії, США, Німеччини. Найбільшим попитом користуються ягоди: вишня, полуниця, чорна та червона смородина [6].

Найбільш перспективним ринком для вітчизняного виробника є російський. Сьогодні він демонструє достатньо швидкі темпи росту і відрізняється значними об'ємами.

Що стосується українського ринку швидкозаморожених продуктів існує декілька основних проблем, які перешкоджають подальшому розвитку галузі. До них належать: відсутність сучасного вітчизняного устаткування для якісного очищення та заморожування плодоовочевої продукції; недостатність кваліфікованих фахівців з технології заморожування, які здатні розвивати нові виробництва; складність залучення необхідних фінансових ресурсів для подальшого розвитку; висока залежність формування ціни на продукцію від врожаю і попиту.

Найближчим часом зниження митних тарифів призведе до урівноваження продукції вітчизняного виробництва з імпортованою, але європейські компанії не зменшать імпорту замороженої продукції на ринок України, а навпаки з'являтимуться нові іноземні марки [7].

Висновки

1. Український ринок замороженої плодоовочевої продукції, який зорієнтований в основному на імпорту продукцію, невпинно зростає.

2. 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. Наявність вітчизняні виробники не можуть бути достойними конкурентами зарубіжним компаніям.

Література

1. Гузик Т. Когда холод – глубокий: обзор рынка упаковки для замороженных продуктов // Мир продуктов. – 2011. – № 2. – С. 32-34.
2. Лосев А. Формирующийся рынок замороженных овощей и ягод // Продукты питания. – 2010. – № 17 – С. 17-21.
3. Современное состояние производства замороженных продуктов в Польше // Продукты питания. – 2011. – № 2 – С. 36-41.
4. Обзор рынка // Продукты питания. – 2011. – № 3. – С. 30-32.
5. Обзор рынка // Продукты питания. – 2010. – № 22. – С.14.
6. Эволюция «заморозки» // Торговый эксперт. – 2010. – № 12. – С.40.
7. Deep Frozen по-вегетариански // Торговый эксперт. – 2010. – № 16(24). – С.32.