

## РИНКОВІ ПЕРЕВАГИ РЕАЛІЗАЦІЇ ВАКУУМОВАНИХ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ

**Лущик А.О.**, учасник проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»

**Коноваленко А.С.**, к.е.н., доцент кафедри маркетингу  
*Таврійський державний агротехнологічний  
університет імені Дмитра Моторного*

Вітчизняні виробники продуктів харчування прагнуть впроваджувати нові типи виробництва та технологій переробки, які дозволятимуть збільшувати терміни зберігання вирощених овочів та фруктів. Здебільшого такі зусилля виробників обумовлені прагненням підвищувати економічну ефективність виробництва за рахунок подовження тривалості терміну зберігання продуктів харчування, зниження впливу чинника сезонності на виробництво, а також підвищення вартості готової продукції за рахунок збільшення доданої вартості у процесі переробки сировини. Технологія вакуумування передбачає застосування усадочних пластикових мішків, що запечатуються за допомогою термозварювання або металевих скоб, а також формованих термічним способом лотків, які зварюються з чотирьох сторін.

Затребуваність продуктів харчування у вакуумній упаковці на ринку сьогодні зростає у всьому світі через необхідність забезпечення безпеки зберігання продуктів харчування під час її транспортування, а також реалізації у зв'язку з необхідністю забезпечення санітарних та гігієнічних умов під час запровадження карантинних заходів, пов'язаною із пандемією (табл. 1).

Переваги від застосування вакуумування продуктів отримують як споживачі, так й виробники та посередники. Звичайно ж, український споживач прагне економити на купівлі продуктів щоденного вжитку. Однак, проведені дослідження вказують на те, що сучасні споживачі часто віддають перевагу якості продукту над його вартістю, та готові іноді сплачувати більше за продукти харчування, які мають маркування «еко», «органічне виробництво», «без консервантів» тощо. Серед затребуваних серед споживачів на ринку продуктів вакуумуванню підлягають очищені картопля, морква, буряк, огірки, зелень, цибуля, горіхи, квасоля, тощо. Беручи до уваги зростання попиту на послуги з доставки як готової їжі, так й звичайний та традиційних для українців продуктів для приготування готових страв вдома, розширення пропозиції вакуумованих продуктів

харчування на локальних ринках дозволить полегшити й процес їх транспортування до кінцевого споживача

Таблиця 1

**Ринкові переваги реалізації вакуумованих продуктів харчування**

Учасник ринкових відносин	Ринкові переваги
Споживачі	Збільшення терміну придатності продукції без застосування хімічних компонентів, захист продуктів харчування від зовнішніх чинників, зберігання споживчих та смакових характеристик продуктів, полегшення процесу транспортування продуктів
Виробники	Подовження терміну зберігання готової продукції, зниження впливу чинника сезонності, збільшення доданої вартості продукції за рахунок ускладнення технологічного процесу та переробки
Посередники	Спрощення процесу транспортування та зберігання продукції, зниження ризику передчасного псування продукції під час її реалізації, зменшення ризику виникнення витрат, що викликані необхідністю списання зіпсованого товару, зниження витрат праці на контроль продуктів харчування, що реалізуються без застосування вакуумування

Реалізація вакуумованих продуктів харчування має ринковий потенціал не тільки на ринку В2С, а й можливий для застосування з метою забезпечення продукцією закладів освіти та виховання, сегменту закладів HoReCa, закладів харчування у туристичній сфері тощо.

**Список літератури**

1. Від ідеї до власної справи: навч. посіб./ А.С. Коноваленко та ін. Мелітополь, 2017. 250с.
2. Коноваленко А.С. Технологічні чинники розвитку ринку продуктів харчування для дітей. *Агросвіт*, 2020. - Вип. 3. - С. 65-72. <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=3086&i=8>
3. Шквиря Н.О. Стратегічний аналіз макросередовища підприємств галузі овочівництва. *Сучасні наукові дослідження на шляху до євроінтеграції*.зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. форуму, 21-22 черв. 2019р. Мелітополь: ТДАТУ, 2019. С. 67-71.