

УДК 664.858

СПОЖИВЧИЙ РИНОК ДЖЕМІВ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Шубіна Л.Ю., Майковська В.І., Лелюх А.А.

Харківський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

Досліджено теоретичні питання формування споживчої цінності джемів. Розглянуто асортимент джемів за виробниками і роздрібними торговцями. Встановлено, що боротьба за внутрішній ринок відбувається між вітчизняними компаніями, а імпорتنі джеми представлені переважно продукцією з екзотичних культур. Виявлено чинники формування попиту на джем. Зроблено спробу обґрунтування тенденцій розвитку споживчого ринку джемів в умовах європейської інтеграції України.

Ключові слова: перероблена плодоовочева продукція, асортимент джемів, споживчий ринок джемів, купівельна спроможність населення, споживчі уподобання, попит споживачів, ключовий споживач.

Постановка проблеми. Вживання плодоовочевих товарів є основною умовою для нормальної життєдіяльності людського організму. Плодоовочеві товари характеризуються високою харчовою цінністю за рахунок значного вмісту вітамінів, вуглеводів, приємного фруктово-ягідного аромату та кислувато-солодкого смаку. Їх переробка забезпечує споживача вуглеводним комплексом та іншими цінними складовими речовинами, котрі в свіжому вигляді не підлягають тривалому зберіганню. Більшу частину ринку переробленої плодоовочевої продукції займають товари, які складно виготовляти в домашніх умовах – натуральні бобові (горошок, кукурудза), гриби, а також овочева ікра і закуски. На роздрібному ринку присутні продукти переробки томатів (натуральні, соуси, пасти, кетчупи), огірків, перцю, баклажанів. Особливим попитом користується так звана «солодка група» – товари, які є результатом переробки плодів і ягід: джеми, варення, мармелад. Вони значно розширюють асортимент традиційних кондитерських виробів, котрі характеризуються невеликою біологічною та лікувально-профілактичною цінністю, що робить проблему їх виробництва та реалізації в Україні актуальною.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми дослідження сучасного стану та механізмів реалізації державної продовольчої політики України знайшли відображення у працях Л. Агаркової (загальні тенденції розвитку пло-

доовочевого підкомплексу), Д. Корніковського (економічні фактори впливу на кондитерську промисловість України), О. Маслака (питання розвитку ринку фруктів та овочів), О. Мозгової (шляхи розвитку ринку кондитерських виробів). Результати аналізу наукових досліджень та публікацій, у яких започатковано розв'язання даної проблеми, свідчать про наявність здобутків у виявленні інноваційних аспектів розвитку ринку кондитерських виробів України (С. Єрмак) і тенденцій розвитку кондитерського ринку України в сучасних умовах (Е. Демяненко); пошуці механізмів реалізації державної продовольчої політики України (О. Олійник), напрямів підвищення прибутковості підприємств кондитерської промисловості України (І. Поліщук та ін.), перспектив розвитку споживчого ринку плодово-ягідної продукції (В. Уланчук) та ринку плодоовочевої консервації в Україні й світі (О. Франчук).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується стаття. Розглянувши стан та перспективи розвитку споживчого ринку джемів і не претендуючи на повноту аналізу, ми можемо стверджувати, що поза увагою науковців залишилися тенденції функціонування ринку джемів в Україні, що досі не стало предметом детального дослідження, незважаючи на актуальність даної проблеми в умовах світової інтеграції національної економіки.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є теоретичний аналіз рин-

ку джемів та виявлення тенденцій його розвитку в умовах європейської інтеграції України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринку перероблених плодоовочевих товарів в Україні чітко структурований і контролюється переважно кількома великими виробниками, які мають можливість переробляти власну сировину. Значна частка ринку належить компаніям, котрі представляють торгові марки «Верес», «Чумак», «Златодар», «Торчин продукт», «Ніжин», «Руна» (рис. 1). Ці підприємства останнім часом застосовують агресивну маркетингову політику, що забезпечує їм стабільну позицію на ринку.

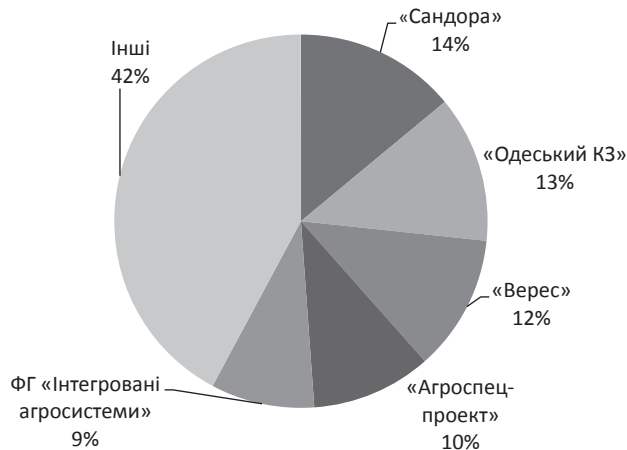


Рис. 1. Структура асортименту овочів консервованих натуральних за виробниками

Джерело: розроблено авторами за даними [12]

Боротьба за внутрішній ринок відбувається переважно між вітчизняними компаніями. Імпортні товари представлені переробленою продукцією з екзотичних культур (ананаси, персики, кукурудза спеціальних сортів, маслини тощо). З 2014 р. у зв'язку з девальвацією національної валюти вартість імпортової переробленої плодоовочевої продукції значно зросла, що стало причиною скорочення обсягів її імпорту в Україну (рис. 2). На наведеному нижче графіку за даними Державної фіскальної служби України видно, що існує стійка тенденція переважання експорту над імпортом. Безумовно, позитивне сальдо експортно-імпортних операцій створює вигоди для економіки країни. Проте подолання тенденцій останніх років можливе за рахунок зміни цін на зовнішньому ринку.

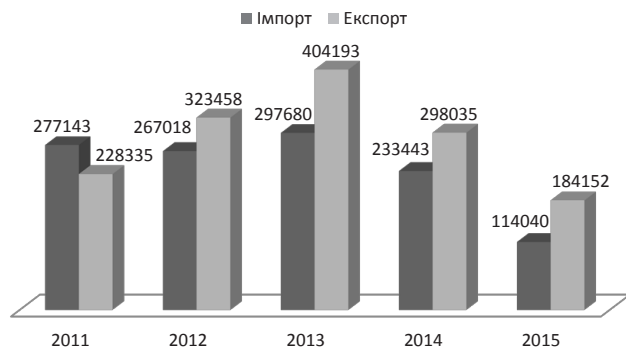


Рис. 2. Обсяги імпорту та експорту перероблених овочів, плодів і горіхів за п'ять останніх років, тис. дол.

Джерело: розроблено авторами за даними [11]

Падіння купівельної спроможності населення з кінця 2013 р. значно зменшило обсяги продажу переробленої плодоовочевої продукції високого і середнього цінових сегментів. На її ціну впливає сезонний характер збуту: восени, в період виробництва, обсяг попиту досить низький, а взимку, під час зберігання, кількість товару на ринку скорочується при зростанні попиту на нього. Результатом конкурентної боротьби є ставлення виробників до упаковки, вартість якої входить до складу ціни на готову продукцію. За результатами опитувань значна частина споживачів віддає перевагу скляній тарі як більш екологічній. В той же час перехід частини населення на консервацію власного приготування дещо знизив ємність ринку і одночасно спровокував зростання ціни на сировину та упаковку [1, с. 19].

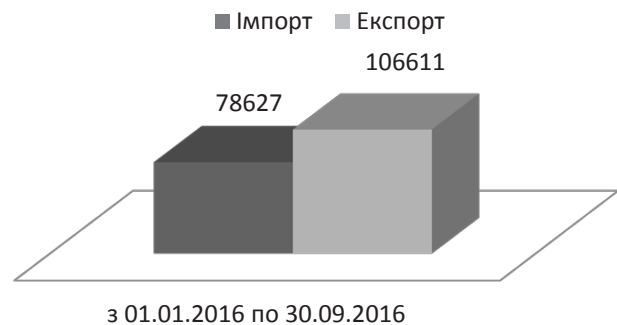


Рис. 3. Обсяги імпорту та експорту перероблених овочів, плодів і горіхів у 2016 р., тис. дол.

Джерело: розроблено авторами за даними [11]

Джем – це продукт, одержаний з цілих або дрібних шматків фруктів, ягід та деяких овочів, уварених у цукровому або цукрово-патоковому сиропі до желеподібної консистенції. У готових якісних джемах не зберігається форма плодів, оскільки вони повністю розварюються. Проте джем не повинен розтікатися по поверхні.

Історія виникнення джему не зберегла конкретних фактів, однак, існує легенда, за якою шотландка Дженіт Кейлер вперше приготувала десерт з гірких апельсинів, доставлених її чоловіком з іспанських кораблів, що ховалися від неготи в бухті Данді. Назву цьому десерту спочатку дали на честь ім'я його винахідниці – Дженіт. Поступово ця назва переформувалася в «джем». Достовірність даної легенди досі не перевірена, проте, беручи її до уваги, можна припустити, що виникнення джему відноситься до XVIII ст. Надалі джем дуже швидко набув поширення і особливо полюбився мешканцям Англії, й до сьогоднішніх днів ці ласощі вважаються одним з традиційних продуктів туманного Альбіону: практично жоден сніданок британця не обходиться без бутерброда зі свіжим джемом [4, с. 401].

В Україні джем менш популярний, хоч асортимент сучасних магазинів обов'язково передбачає його наявність в декількох позиціях. Виробництво джему на ринку України є конкурентоспроможним. Його забезпечують 74 вітчизняних підприємства, що свідчить про прибутковість даного бізнесу. Прибуток від виробництва джему залежить від ефективності його збуту. Значна частка виробників реалізує власну продукцію через мережу посередників, це дозволяє зменшити обсяг витрат, пов'язаних з організацією збуту. Найбільш ефек-

тивним способом роздрібною реалізації є торгівля через власні магазини.

Основою для виробництва джему є плодово-ягідна сировина і цукор. За даними Держгеокадастру, в Україні сади займають 727,2 тис. га, а насадження в плодоносному віці – 206 тис. га. Лідером серед вирощуваних фруктових культур є яблуні. У 2015 р. валовий збір товарних яблук склав 1,18 млн. тонн. Фаворитами садівництва в Україні також є кісточкові: вишні, сливи, черешні, абрикоси і персики. Загальний збір товарних плодів кісточкових у 2015 р. склав 548 тис. тонн. Серед ягід найбільша частка в обсязі виробництва припадає на полуницю і суницю – всього 64 тис. тонн. Менше культивується малини, смородини і агрусу [3].

Цукрова галузь є однією з провідних в агрокомплексі України. Проте в 2015 р. в порівнянні з попереднім його виробництво скоротилося на третину. За оцінками експертів, Україна може виробляти до 3 млн. тонн цукру в рік за умови модернізації виробництва [5, с. 18].

Особливою характеристикою ринку джемів є сезонність: у літній період їх споживання знижується та зростає в зимовий і весняний період з піком у грудні. На динаміку і структуру попиту на джеми впливає також стала тенденція в Україні до приготування домашньої консервації.

За даними офіційної статистики, у 2015 р. в Україні було виготовлено 7,11 тис. тонн джемів, фруктового-ягідного желе та пасти, що на 26% більше обсягів попереднього року. Експорт джему також має яскраво виражений сезонний характер: у жовтні 2015 р. його обсяг склав 290 тон у порівнянні з вереснем цього ж року – 74 тони [2, с. 39].

Для мереж супермаркетів є характерними власні лінійки джемів. Наприклад, для мережі «Фуршет» джем виробляє ТОВ «Гопак», для METRO – «Асканія-Пак». Ця продукція відрізняється невисокою ціною і простим спектром смаків (вишня, полуниця, абрикос тощо).

До 50% асортименту переробленої плодоовочевої продукції в номенклатурі супермаркетів займають імпортні джеми. Вони відносяться до більш високої, ніж українська продукція, цінової категорії, вирізняються оригінальним дизайном та мають беззаперечну конкурентну перевагу – широке розмаїття смаків за рахунок добавок. Характерною рисою імпортних джемів є відсутність в рецептурі цукру: наприклад, у французьких St. Dalfour, італійських Bioitalia, німецьких SCHNEEKOPPE, грецьких Helios, британськмі JimJams і Wilkin & Sons. В Україні можна придбати сертифіковані органічні французькі джеми Jardin bio; зварені за традиційними рецептами французькі джеми Bonne Maman; ізраїльські джеми Nadarom з низьким вмістом цукру і лінійкою смаків на фруктозі; грецькі традиційні конфітюри «Золоте яблуко»; класичні грузинські джеми Kula й продукцію смаків діабетичної лінійки; 13 видів польських джемів Helcom із апельсиновим і ананасовим смаками включно; класичні німецькі джеми і конфітюри Zorbiger, виготовлені за сімейними рецептами сім'ї Zuegg; австрійські класичні джеми D'arbo, автентичність технології яких зберігається з 1879 р. На вітчизняному ринку найбільшими імпортерами джемів є Німеч-

чина – 32% обсягу постачання імпортних джемів, Австрія – 25%, Швеція – 19%, Франція – 18%, Росія – 6%. В той же час українські виробники експортують незначну частину продукції – близько 4% обсягів власного виробництва. Експорт здійснюються в країни СНД [7, с. 133].

Основними виробниками української переробленої плодоовочевої продукції є Група компаній «Верес», ТОВ «Гайсинський консервний комбінат», ПАТ «Могилів-Подільський консервний завод», Компанія «Пані Крістіна», ТОВ «Тотал», Компанія «Шафран Еліт», Національна багато-профільна компанія «Асканія-Пак».

Група компаній «Верес» працює на ринку переробленої плодоовочевої продукції з 1997 р. і на даному етапі є його лідером. Продукція ТМ «Верес» постачається в 20 країн світу, а її асортимент налічує більше 100 найменувань. У даного виробника замкнутий цикл виробництва, що дозволяє контролювати якість на всіх його етапах. Джеми ТМ «Верес» представлені трьома смаками: периковий, полуничний і абрикосовий. Їх номенклатуру доповнюють вишневий конфітюр і асортимент фруктів з цукром.

ТОВ «Гайсинський консервний комбінат» спеціалізується на випуску фруктово-ягідної переробленої продукції. Даний виробник є лідером на ринку джемів: його номенклатура передбачає можливість виробництва 24 різновидів цього товару, включно з продукцією на основі фруктози замість цукру. Виробник позиціонує свої джеми як продукт преміум-класу.

ПАТ «Могилів-Подільський консервний завод» (Вінницька обл.) виготовляє продукцію ТМ «Дари ланів». Як сировинна база даним виробником використовуються власні сади. Асортимент ТМ «Дари ланів» нараховує 80 найменувань фруктово-ягідної переробленої продукції, в т. ч. чотири види джемів: смородиновий, абрикосовий, вишневий і полуничний. Виробник експортує продукцію в Білорусь, Канаду, Угорщину, Казахстан, Молдову.

Компанія «Пані Крістіна» існує на вітчизняному ринку з грудня 1997 р. і випускає перероблену продукцію під трьома торговими марками. У 2012 р. виробником придбана нова лінійка обладнання, що дозволило розпочати виробництво джемів і соків. Як сировинна база використовуються власні угіддя для вирощування овочів і фруктів. Під ТМ «Holiday» реалізуються шість смаків джемів, в т. ч. нетрадиційних для інших виробників: гарбузовий і яблучно-грушевий.

ТОВ «Тотал» (м. Дніпро) на ринку переробленої плодоовочевої продукції працює 12 років. Підприємство виробляє плодово-ягідні наповнювачі для кондитерської та молочної галузей промисловості, різноманітні джеми і топінги для сфери ритейлу NoReCa, джеми в баночках ТМ «Еммі».

Компанія «Шафран Еліт» існує з 2008 р. Вона виробляє і реалізує топінги, джеми, наповнювачі та сиропи для кондитерського, молочного й хлібобулочного виробництва. Її джеми додаються в морозиво, йогурти, коктейлі, сирки, кондитерські та хлібобулочні вироби.

Національна багато-профільна компанія «Асканія-Пак» працює на ринку з 2002 р. та займається виробництвом порційних продуктів одноразового вжитку. Крім того, «Асканія-Пак» є

трейдером з широким асортиментом на ринку гнучких пакувальних матеріалів.

Новим брендом на українському ринку є «Корисна Кондитерська» від компанії «СТЕВІЯСАН КОРПОРЕЙШН». Особливістю продукції даного виробника є те, що замість цукру використовується стевія. В ТМ «Корисна Кондитерська» присутня лінійка з семи джемів, серед яких джеми з лохини і чорниці.

Мода на продукти українського походження спровокувала виробництво джемів із застосуванням потужностей невеликих кустарних підприємств. Разом з тим, пристойну частку в обсягах їх виробництва зайняли варення, соуси, горіхові пасти. Нішова позиція на конкурентному ринку дозволила невеликим кустарним підприємствам побудувати вдалу стратегію позиціонування бренду і знайти свого споживача [9, с. 53].

Результати огляду споживчих уподобань на ринку кондитерських виробів доводять, що в Україні найбільш популярними є такі смаки джемів: полуничний, абрикосовий, вишневий і персиковий. Попитом споживачів характеризуються смак змішаних лісових ягід та яблучний. До переваг яблучного джему додаються його корисні властивості, головна з яких утворюється хімічним складом яблук, якому притаманні вітаміни А, В₁, В₆, В₂, В₉, Е, С, РР, а також мінеральні елементи – залізо, кальцій, фосфор, магній, цинк, натрій, мідь, йод. Завдяки наявності вітаміну С яблучні ласощі корисні при застудах, вони посилюють імунітет, а пектини джему очищують кишковик, знімають запалення, сприяють загоєнню ран і виразок. Вміст кальцію в яблуках зміцнює зуби і кісткову тканину. Яблучний джем сприятливо діє на мозок і серце, при його регулярному вживанні вирівнюється артеріальний тиск. Таким чином, яблучний джем є джерелом біологічно активних речовин, більшість з яких зберігаються й після його приготування.

Поширеною упаковкою для роздрібного продажу джемів є скляна банка ємністю від 300 до 400 грамів. Попитом користується порційні упаковки вагою 28 грамів [8, с. 36].

Результати огляду ринку кондитерських виробів дозволяють констатувати, що споживач джемів – міський мешканець із середнім рівнем доходу та рівнем «вище середнього». Це обумовлюється не тільки роздрібною ціною джемів, а й тим, що в ритмі життя великого міста у людей не вистачає часу і сил на приготування консервованих продуктів. Ключовий покупець – жінки віком від 25 до 55 років. Чоловіки купують джеми значно рідше. Основним чинником вибору джемів є їх якість.

Оскільки солодощі відносяться до розряду товарів імпульсивного попиту, на їх придбання впливає сезон. Влітку джеми купують набагато менше, ніж взимку. Перед святом масляної обсяги продажу джемів завжди збільшуються.

Позиціонування джемів базується на таких принципах:

- акцент на «домашнє» виробництво;
- акцент на індивідуальність бренду, виключність смаку;
- акцент на «апетитне» подання продукції.

Кожен з підходів передбачає певний стиль упаковки.

Етикетки домашніх джемів часто виконані з крафтового матеріалу, кришка банки обертається тканиною або папером для більшої асоціації з джемом «від бабусі». Шрифти повторюють рукописні, що підкріплює образ традиційної handmade-продукції.

Індивідуальність бренду та виключність смаку зазвичай характерні для джемів категорії «преміум». Етикетки оформлюються або мінімалістично, або яскраво прикрашаються. Упаковка виділяється незвичайними фарбами, ретельно продуманим завершеним образом.

Джеми з акцентом на апетитному поданні продукції зазвичай притаманні середньому ціновому сегменту. Їх упаковка дуже традиційна, етикетка – яскрава, часто із зображенням фруктів. Оформлення етикетки супроводжується ілюстраціями додаткових атрибутів: хлібу, чаю, вершкового масла, що розмазується по тосту. Як приклад, можна навести лідера британського ринку джемів – ТМ JimJams, українські ТМ «Верес» і Holiday [10, с. 52].

Серед тенденцій розвитку ринку джемів можна окреслити такі.

Перша: розвиток виробників-представників малого бізнесу (невеликих домашніх підприємств), які зуміли встояти у період кризи й продовжують своє зростання на ринку. Вони не зможуть посунути основних гравців ринку джемів через більш високу ціну власного продукту, проте будуть розвивати нішу особливої солодкої переробленої плодовоовочевої продукції.

Друга: стратегія об'єднання – основні учасники ринку джемів зможуть боротися з падінням обсягів продажів шляхом спільної реклами своїх торгових марок. Як приклад, ефективною може стати стратегія об'єднання рекламних кампаній борошна і джемів (для зимового періоду), морозива і джемів (для літнього періоду).

Третя: нових клієнтів допоможуть знайти виставки і ярмарки. Міжнародна виставка «The International Sweets and Biscuits Fair» з 1971 р. збирає виробників солодощів зі всього світу. Це найбільша спеціалізована виставка продукції кондитерської промисловості. В Україні особливо популярними стали ярмарки «В пошуках made in Ukraine» і «ВсіСвої».

Четверта: перспективним для українських виробників джемів може стати європейський ринок «нішевих» продуктів, що обумовлюється масовістю попиту в Європі на ягоди та продукцію з них. Українські фермери мають досвід постачання органічних ягід в ЄС. У джемів є всі шанси закріпити успіх. У Європі одна банка органічного джему коштує від шести до восьми євро. За умови грамотного позиціонування органічні джеми можуть знайти свого покупця в Європі. Складність криється в обсягах постачання: невеликі підприємства не можуть запропонувати партії для великих замовників європейського ринку. Виходом може стати створення кооперативів виробників джемів.

П'ята: нестабільність ринку – з ринку можуть піти слабкі підприємства з малою часткою або невпізнаним брендом, якщо вони не можуть розрахуватися за кредитними боргами або мають негативні фінансові показники.

Шоста: є значна ймовірність перепрофілювання виробництва джемів. Наприклад, замість

випуску порційній продукції може виникнути потреба в налагодженні постачання джемів для хлібобулочного сектора, підписанні контрактів на умовах прямого постачання для великих підприємств або виготовленні продукції в баночках суто для сфери ритейлу HoReCa.

Сьома: зважаючи на нестабільний курс долара і підвищення цін на сировину, у вигідній ситуації опиняться ті підприємства, що мають власні сільськогосподарські угіддя.

Восьма: фахівці прогнозують хоч і незначну, проте динаміку підвищення споживання переробленої плодоовочевої продукції взагалі, й джемів в т. ч.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальшого розвитку в цьому напрямку. Після підписання Угоди про вільну торгівлю з ЄС українські виробники джемів поступово

виходять на європейський ринок. Українська продукція більш дешева, ніж французька, австрійська або грецька. Її якість не поступається якості європейських товарів. Головною умовою стає отримання європейських сертифікатів якості. Як негативний фактор виступає логістика, що «з'їдає» різницю в ціні. З даною проблемою вже можуть справлятися виробники із західної України через територіальну близькість до кордону.

Оскільки в публікації неможливо розкрити усі аспекти висвітлюваної проблеми, подальші наукові пошуки пов'язуються нами з товарознавчою оцінкою плодово-ягідних джемів і розширенням їх функціональних властивостей за результатами дослідження попиту в торговельній мережі Харківщини, а також з дослідженням особливостей їх митного оформлення.

Список літератури:

1. Агаркова Л. В. Тенденції розвитку плодоовочевого підкомплексу / Л. В. Агаркова // Економічний вісник України. – 2014. – Вип. 5. – С. 18-20.
2. Демяненко Е. А. Тенденції розвитку кондитерського ринку України в сучасних умовах / Е. А. Демяненко // Молодий вчений. – 2016. – Вип. 9(36). – С. 35-50.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Єрмак С. О. Інноваційні аспекти розвитку ринку кондитерських виробів України / С. О. Єрмак, В. В. Плотноцька // БізнесІнформ. – 2016. – Вип. 11. – С. 398-403.
5. Корніковський Д. О. Аналіз економічних факторів впливу на кондитерську промисловість України / Д. О. Корніковський // Економіка харчової промисловості. – 2014. – Вип. 4(24). – С. 17-23.
6. Маслак О. В. Розвиток ринку овочів / О. В. Маслак // Агробізнес сьогодні. – 2016. – Вип. 10(329). – С. 132-140.
7. Мозгова О. І. Аналіз ринку кондитерських виробів / О. І. Мозгова // УкрАгроКонсалт. – 2015. – Вип. 3. – С. 8-11.
8. Олійник О. В. Сучасний стан та механізм реалізації державної продовольчої політики України / О. В. Олійник // Державне будівництво. – 2015. – Вип. 1. – С. 30-41.
9. Поліщук І. І. Сучасний стан та оцінка прибутковості діяльності підприємств кондитерської промисловості України / І. І. Поліщук, А. І. Ковальчук // Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. – 2015. – Вип. 6(20). – С. 52-56.
10. Сучасний стан справ в кондитерській галузі України // Діловий Вісник Торгово-промислової палати України. – 2015. – Вип. 8(219). – С. 52.
11. Уланчук В. С. Споживчий ринок плодоягідної продукції: стан та перспективи розвитку / В. С. Уланчук // Вісник економічної науки України. – 2015. – 145 с.
12. Франчук О. О. Розвиток ринку плодоовочевої консервації в Україні та світі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://udau.edu.ua>

Шубина Л.Ю., Майковская В.И., Лелюх А.А.

Харьковский торгово-экономический институт
Киевского национального торгово-экономического университета

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК ДЖЕМОВ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Аннотация

Исследованы теоретические вопросы формирования потребительской ценности джемов. Рассмотрен ассортимент джемов в разрезе производителей и розничных торговцев. Установлено, что борьба за внутренний рынок происходит между отечественными компаниями, а импортные джемы представлены преимущественно продукцией из экзотических культур. Выявлены факторы формирования спроса на джем. Сделана попытка обоснования тенденций развития потребительского рынка джемов в условиях европейской интеграции Украины.

Ключевые слова: переработанная плодоовощная продукция, ассортимент джемов, потребительский рынок джемов, покупательная способность населения, потребительские предпочтения, спрос потребителей, ключевой потребитель.

Shubina L.U., Maykovska V.I., Lelyuh A.A.
Kharkov Trade and Economic Institute
Kyiv National University of Trade and Economics

JAMES' CONSUMER MARKET: STATE AND DEVELOPMENT PERSPECTIVES

Summary

Theoretical questions of values formation use are analyzed. The range of jam's manufactures cutaway and retail dealers is considered. It is established that the struggle for domestic market occurs between domestic firms, but imported jams are mostly represented by exotic cultures. Jam's demand factors are revealed. The trends justification development of Ukrainian European jam's costumer market integration was made.

Keywords: proceeded fruit-and-vegetable production, the range of jam, costumer jam market, purchasing power of the population, consumer preferences, consumer demand, key costumer.