

## ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ НА РЫНКЕ КЕТЧУПОВ В УКРАИНЕ

Лихобаба И. В.

По оценкам операторов (с которыми совпадают и данные Госкомстата), в 2003 году прирост объемов продаж на рынке кетчупов составляет около 10%.

Торговцы сетуют, что для украинцев кетчуп пока не является продуктом каждодневного потребления и обязательным атрибутом домашнего меню, а ведь он является настоящим хранилищем биологически активных соединений, осуществляющих мощное целительное воздействие на иммунную, сердечно-сосудистую и другие системы жизнедеятельности организма.

Самыми крупными украинскими компаниями-производителями кетчупа являются «Волиньхолдинг» (ТМ «Горчин Продукт») и «Чумак» (ТМ «Чумак», «Дарина»). В целом они контролируют примерно 80-85% рынка.

Сегодня около 80-85% продаж обеспечивают кетчупы в упаковке дой-пак. Этот вид кетчупов составляет основу среднего и низшего ценовых сегментов.

Доля же продаж кетчупов в стеклянных бутылках – 10-15%. Именно в этом сегменте рынка наблюдается наиболее жесткая конкуренция.

На протяжении последних лет емкость рынка кетчупов в Украине стабильно растет. Однако он еще имеет значительный потенциал продаж. Сейчас в Украине потребление кетчупа составляет около 500 г на одного человека в год. В то же время в России – более 800 г, а в Чехии – более 3 кг. Кроме того, маркетологи утверждают, что примерно 20% украинцев вообще не покупают кетчуп.

Поэтому основные усилия производителей сейчас должны быть направлены на рост лояльности потребителей к этому продукту. Торговцы утверждают: главное, чтобы новый товар имел оригинальные вкусовые качества или принципиально новую упаковку.

При проведении масштабных рекламных компаний, дегустаций кетчупов в местах продаж и использовании прочих маркетинговых мероприятий возможно увеличение общего объема рынка кетчупов минимум на 10-15%.