

УДК 339.5:330.35

О. В. Дзяд,

к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки і світових фінансів,

Дніпровський національний університет ім. О. Гончара

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0869-599x>

А. В. Наривська,

магістр освітньої програми міжнародна економіка,

Дніпровський національний університет імені О. Гончара

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0007-3021-3831>

DOI: 10.32702/2306-6792.2025.22.191

СУЧАСНІ ТРЕНДИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ПЕРЕРОБЛЕНИМИ ТА КОНСЕРВОВАНИМИ ОВОЧАМИ ТА ФРУКТАМИ

O. Dzyad,

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of International Economics
and World Finance, O. Honchar Dnipro National University

A. Naryvska,

Master of Science in International Economics, O. Honchar Dnipro National University

CURRENT TRENDS IN INTERNATIONAL TRADE OF PROCESSED AND CANNED FRUITS AND VEGETABLES

У статті досліджена міжнародна торгівля переробленими та консервованими овочами та фруктами, встановлені зміни у експорті та імпорті цієї продукції під впливом економічних, політичних та екологічних чинників. Сучасні тренди міжнародного ринку сформувалися в умовах глобалізації агропромислової сфери, зростання попиту на органічні товари, зростання світових цін на продовольство та загострення питань продовольчої безпеки, цифровізації та екологізації торгівлі, впровадження інновацій у пакуванні та переходу до принципів сталого розвитку. Динаміка міжнародної торгівлі переробленими та консервованими овочами і фруктами вказує на чергування періодів зростання та уповільнення, зумовлених економічною нестабільністю, пандемією, воєнними подіями та змінами у споживчих пріоритетах. Міжнародна торгівля характеризується високою концентрацією, де провідну роль відіграють Європа, Америка та Азія, тоді як Африка та Океанія залишаються периферійними регіонами з обмеженою участю. Сучасними драйверами міжнародної торгівлі переробленими та консервованими овочами і фруктами виступатимуть: органічність, прозорість виробництва, екологічність пакування, цифровізація торгівлі та стійкість логістики.

The article examines international trade in processed and canned vegetables and fruits, and identifies changes in exports and imports of these products under the influence of economic, political and environmental factors. Modern trends in the international market have been formed in the context of the globalization of the agro-industrial sector, growing demand for organic products, rising world food prices and aggravating food security issues, digitalization and greening of trade, the introduction of innovations in packaging and the transition to the principles of sustainable development. The dynamics of international trade in processed and canned vegetables and fruits indicate alternating periods of growth and slowdown caused by economic instability, pandemics, military events and changes in consumer priorities. International trade is characterized by high concentration, where Europe, America and Asia play a leading role, while Africa and Oceania remain peripheral regions with limited participation. The global market for canned fruits and vegetables is based on complementary regions: countries with a developed agricultural sector (Latin America, Asia) provide supply of products, while developed markets (EU, USA, Middle East) act as the main consumers and drivers of

demand for high-quality, organic and premium products. Demand for products with a long shelf life is formed under the influence of urbanization, consumer habits, technological development and innovations in processing and packaging. Current trends in international trade are: increasing demand for organic vegetables and fruits, "clean label", transparency of product origin and ecological packaging. Innovations in canning technologies, digitalization of trade, fast delivery, use of energy-efficient solutions determine the competitive advantages of canned fruit and vegetable producers. Functional products and superfoods, integration of big data analytics for demand forecasting and personalization of offers, as well as corporate social responsibility are of particular importance.

Ключові слова: експорт, імпорт, перероблені та консервовані овочі та фрукти, регіональна структура споживання, органічні продукти, clean label, сталий розвиток, інновації в пакуванні, цифровізація торгівлі.

Key words: export, import, processed and canned fruits and vegetables, regional consumption structure, organic products, clean label, sustainable development, packaging innovations, digitalization of trade.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

У сучасних умовах розвитку світового господарства ефективне функціонування ринку перероблених та консервованих овочів і фруктів є одним із ключових чинників забезпечення продовольчої безпеки, сталого розвитку та збалансованої зовнішньої торгівлі. Цей сегмент відіграє важливу роль у структурі міжнародної торгівлі сільськогосподарською продукцією, адже поєднує технологічний прогрес у переробці, інновації в пакуванні та зміну споживчих пріоритетів на користь натуральних і органічних продуктів. Зростання попиту на продукцію з "чистим маркуванням" та поширення практик екологічно орієнтованого виробництва формують нову модель конкурентоспроможності на глобальному ринку.

Водночас сучасні виклики — глобальні кризи, зміни логістичних ланцюгів, коливання попиту та регіональні відмінності у споживанні зумовлюють необхідність пошуку ефективних механізмів адаптації міжнародної торгівлі до нових реалій. Регіональна структура споживання дедалі більше визначає напрямки руху товарних потоків, а цифровізація торгівлі та вдосконалення систем моніторингу стають важливими інструментами підтримки стабільності світового ринку переробленої продукції.

Отже, дослідження сучасних трендів міжнародної торгівлі переробленими та консервованими овочами і фруктами є актуальним у контексті посилення ролі інновацій, сталого розвитку та продовольчої безпеки. Аналіз динаміки цих процесів дозволяє визначити ключові напрями трансформації ринку, оцінити вплив екологічних, технологічних і соціально-економічних факторів на його еволюцію та сформулювати практичні рекомендації щодо підвищення ефективності зовнішньоторговельних стратегій у цій сфері.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Останніми роками міжнародну торгівлю переробленими та консервованими овочами і фруктами активно досліджують провідні міжнародні організації, аналітичні центри та компанії з ринкової аналітики.

Зокрема, Продовольча та сільськогосподарська організація ООН (ФАО) аналізує глобальні тенденції виробництва, експорту та імпорту плодово-овочевої продукції, приділяючи увагу структурі споживання, ціновим коливанням і впливу кліматичних змін на аграрну переробку. Світова організація торгівлі (СОТ) надає інформацію про умови доступу до ринків, тарифні та нетарифні бар'єри, що визначають можливості міжнародної торгівлі готовими харчовими продуктами.

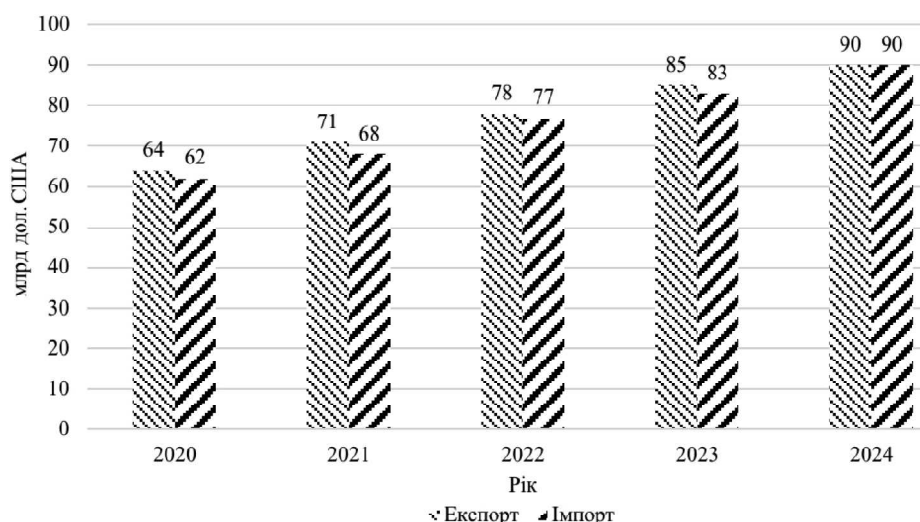


Рис. 1. Динаміка експорту та імпорту перероблених та консервованих овочів та фруктів за період 2020—2024 рр., млрд дол. США

Джерело: побудовано за даними [1].

Організація Об'єднаних Націй з промислового розвитку (ЮНІДО) зосереджується на підвищенні ефективності виробничих процесів у харчовій промисловості, а також на підтримці впровадження інноваційних технологій і стандартів якості, які сприяють зростанню експорту переробленої продукції. Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) проводить аналітику політики сільського господарства, інновацій і сталого розвитку, розкриваючи взаємозв'язок між регуляторними заходами та конкурентоспроможністю харчових виробників.

Аналітичні компанії, такі як IndexBox, Verified Market Reports та Market Data Forecast, систематизують ринкові дані, визначають ключові тенденції попиту та пропозиції, нові технологічні напрями, а також зміни у споживчих вподобаннях, зокрема поширення концепції clean label ("чисте маркування") та інтересу до органічної продукції [2—4].

Водночас залишається недостатньо дослідженими питання впливу переходу до сталих моделей виробництва на структуру міжнародної торгівлі, роль цифровізації у формуванні ефективних ланцюгів постачання, а також вплив еволюції споживчого попиту на конкурентоспроможність галузі.

Обрання цієї теми зумовлене її актуальністю для світової продовольчої безпеки, зростанням ролі переробної промисловості у глобальній торгівлі та необхідністю аналізу факторів, що визначають розвиток ринку консервованих і перероблених овочів та фруктів у довгостроковій перспективі.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Мета статті полягала у встановленні трендів у міжнародній торгівлі переробленими та консервованими овочами та фруктами, визначенні провідних факторів, що впливають на розвиток цього сегмента глобального агропродовольчого ринку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Міжнародний ринок переробленими та консервованими овочами і фруктами постійно змінюється під впливом різних економічних, політичних та кліматичних факторів. Аналіз динаміки експорту та імпорту цієї продукції дає змогу виявити основні ринкові тенденції, окреслити провідні регіони-експортери та імпортери, а також зрозуміти вплив зовнішніх чинників на формування міжнародних торговельних потоків (рис. 1).

Упродовж 2020—2024 рр. міжнародний ринок продемонстрував загально висхідну тенденцію, що відображає поступове відновлення глобальної економіки після пандемії COVID-19, адаптацію до нових геополітичних умов і зростання попиту на товари та послуги. Обсяги як експорту, так і імпорту стабільно збільшувалися, досягнувши у 2024 р. 90 млрд дол. США.

Період 2020—2021 рр. позначився суттєвим впливом пандемії. У 2020 р. світовий експорт становив 64 млрд дол. США, а імпорт — 62 млрд дол. США. Обмеження на пересування, перебої в логістичних ланцюгах і зниження споживчого попиту спричинили тимчасове скорочення торговельної активності. Втім, уже у 2021 р.

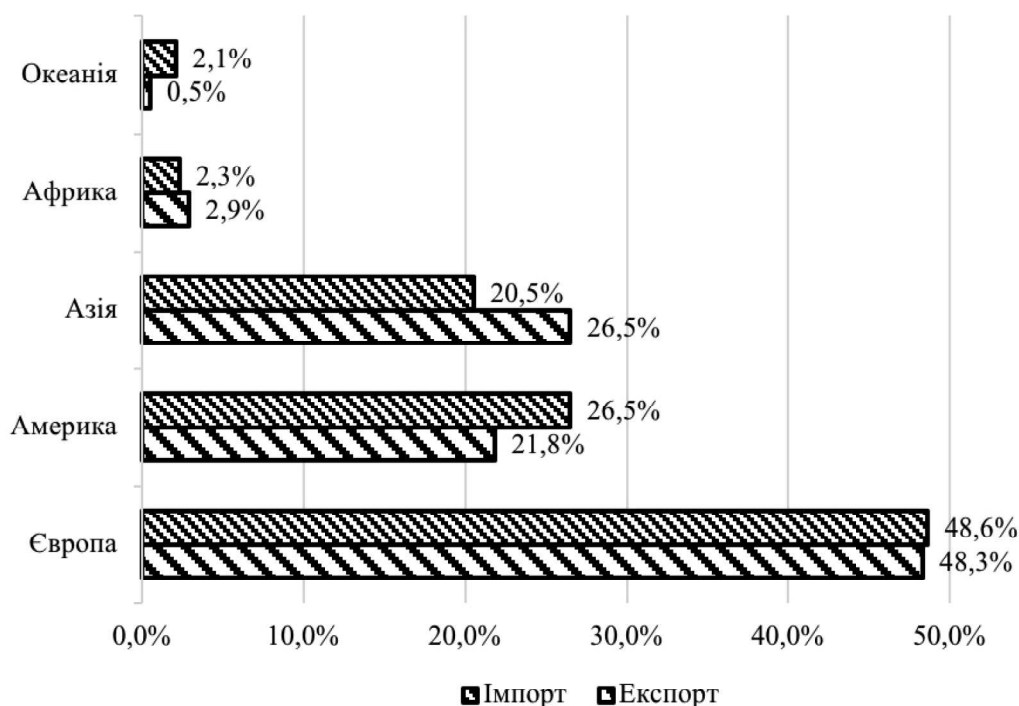


Рис. 2. Регіональна структура експорту та імпорту перероблених та консервованих овочів та фруктів у 2024 р., %

Джерело: побудовано за даними [2].

відбулося помітне пожаття: обсяг експорту зріс до 71 млрд дол. США, імпорту — до 68 млрд дол. США. Це стало результатом адаптації виробничих процесів, цифровізації торгівлі та активізації міжрегіонального співробітництва.

У 2022—2023 рр. світова торгівля продовжила демонструвати стійке зростання. У 2022 р. експорт досяг 78 млрд дол. США, імпорт — 77 млрд дол. США. Відновлення національних економік, зростання попиту на енергоресурси, продовольство й технології сприяли подальшому розширенню міжнародних торговельних потоків. У 2023 р. показники підвищилися ще більше: експорт становив 85 млрд дол. США, імпорт — 83 млрд дол. США. Водночас світова торгівля функціонувала в умовах підвищених ризиків — війни в Україні, енергетичної нестабільності та інфляційного тиску. У 2024 р. відбулася стабілізація глобального попиту.

Таким чином, упродовж 2020—2024 рр. світова торгівля пройшла шлях від пандемічного спаду до відновлення та умовної стабільності. Зростання обсягів експорту й імпорту підтверджує високу адаптивність глобальної економіки, її здатність ефективно реагувати на виклики та формувати нові моделі міжнародної взаємодії. Досягнення торговельної рівноваги у 2024 р. може стати основою для подальшого сталого розвитку світової торгівлі в наступні роки.

Міжнародний ринок демонструє стійкість і здатність адаптуватися до кризових явищ, при цьому збереження високого попиту на консервовану продукцію вказує на її стратегічну роль у забезпеченні продовольчої безпеки та стабільності споживання на глобальному рівні. Консервовані та перероблені овочі і фрукти є важливим сегментом глобальної харчової промисловості, оскільки забезпечує стабільне постачання продукції з тривалим терміном зберігання та відповідає потребам сучасного споживача у зручних та готових до вживання продуктах. Його розвиток визначається не лише технологічними інноваціями у переробці та пакуванні на етапі виробництва, а й соціально-економічними факторами — рівнем урбанізації, споживчими звичками та купівельною спроможністю населення у різних регіонах світу. Регіональна структура міжнародного ринку консервованих та перероблених овочів та фруктів наведена на рис. 2.

У 2024 р. основними експортерами та імпортерами були країни Європи, Азії та Америки, на які припадало понад 90% глобального обсягу торгівлі цією продукцією. Африка та Океанія залишалися периферійними регіонами з мінімальними частками у світовій структурі торгівлі.

Європа відіграє провідну роль у міжнародній торгівлі переробленими овочами та фрук-

Таблиця 1. Основні перероблені та консервовані товари у виробництві та імпорті країн за регіонами світу у 2023 р.

Регіон	Основне виробництво	Основний імпорт
Північна Америка	Томати та томатна паста, кукурудза, зелений горошок, ягоди (чорниця та малина)	Ананаси, манго, органічні овочі та фрукти з Європи та Азії
Латинська Америка	Бобові культури, консервовані соки та фрукти (цитрусові, банани та манго), консервовані томати та кукурудза	Преміум-консерви овочів та фруктів із США та ЄС; ягоди та органічна продукція Північної Америки та Європи
Європа	Томатна продукція (паста, концентрат), консервовані овочі та фрукти	Тропічні фрукти (ананаси, манго, кокоси) з Латинської Америки; заморожені ягоди та фруктові пюре з Північної Америки
Азійсько-Тихоокеанський регіон	Консервовані персики, груші, ананаси, кукурудза, мангове пюре, овочі в соусі, водорості	Тропічні фрукти з Південно-Східної Азії та Латинської Америки, консервовані ягоди та яблука з США та ЄС
Близький Схід та Африка	Консервовані оливки, джеми, соки та консервовані фрукти	Томатна паста, кукурудза та бобові з Європи; ананаси, манго, персики з Латинської Америки; органічна продукція для преміум-сегменту з ЄС

Джерело: систематизовано, узагальнено та згруповано за даними [3, 4, 5].

тами — на неї припадало 48,3% експорту та 48,6% імпорту у 2024 р. Така концентрація зумовлена високим рівнем розвитку харчової промисловості, інтегрованими логістичними системами та стабільним споживчим попитом. Європейський ринок характеризується дотриманням жорстких стандартів якості, екологічністю виробництва та прозорістю ланцюгів постачання, що стимулює взаємну торгівлю між країнами регіону.

На Америку приходить понад чверть світового імпорту (26,5%) і понад п'ятої частини експорту (21,8%). Це пояснюється високим рівнем споживання готової харчової продукції, розвитком агропереробки та активною участю країн Північної й Південної Америки у міжнародних поставках плодоовочевих консервів, соків та заморожених продуктів.

Азія демонструє помітну активність як на боці експорту (26,5%), а також імпорту (20,5%). Регіон вирізняється швидкими темпами урбанізації, зростанням середнього класу та зміною харчових звичок населення. Поширення електронної торгівлі та розвиток швидкої доставки сприяє збільшенню попиту на продукти тривалого зберігання — консерви, пюре, заморожені овочі та фрукти.

На Африку приходить 2,3% імпорту та 2,9% експорту, тоді як Океанія має найменші показники — 2,1% імпорту та лише 0,5% експорту. Обидва регіони залишаються на периферії світових торговельних потоків, що пов'язано з обмеженими виробничими потужностями,

ми, слабким розвитком логістики та залежністю від імпортованої продукції.

Таким чином, торгівля консервованими та переробленими овочами та фруктами у 2024 р. характеризувалася високою регіональною концентрацією, де ключову роль відігравала Європа, а Азія та Америка виступали динамічними центрами. Натомість Африка та Океанія поки що мають обмежений вплив, але зберігають потенціал для розвитку у довгостроковій перспективі під впливом урбанізації та розвитку харчової промисловості.

Америка утримує гарну позицію завдяки високій купівельній спроможності, розвиненій інфраструктурі та активному впровадженню технологій Індустрії 4.0. Тут переробка — це не просто спосіб збереження продукту, а інструмент створення доданої вартості. Компанії інвестують у автоматизовані лінії, AI-системи контролю якості, екологічне пакування та цифрові канали збуту. Попит на зручні, готові до споживання продукти — фруктові пюре, заморожені овочі, органічні консерви — формує стабільний внутрішній ринок, а е-commerce посилює доступність продукції.

Азія вирізняється високим рівнем урбанізації, трансформацією харчових звичок населення та активним розвитком цифрової торгівлі, що формує специфічну структуру попиту на перероблену та консервовану продукцію. Тут перероблені овочі та фрукти — це відповідь на темп життя мегаполісів. Особливо активно розвивається сегмент quick commerce, де продукти доставляються протя-

гом години. Високий попит на екзотичні фрукти, фруктові соки та заморожені ягоди стимулює локальне виробництво та імпорту.

Європа вирізняється стабільністю та високими стандартами якості, поширенням здорового способу життя, що скорочує попит на консервовані овочі та фрукти із додаванням цукру та консервантів. Тут "чисте маркування", органічність, прозорість ланцюгів постачання та екологічність пакування — не просто тренди, а регуляторні вимоги. Європейський зелений курс, директиви щодо пластикових відходів та вимоги до простежуваності ланцюгів постачання формують ринок, де упаковка стає засобом комунікації бренду. Споживачі очікують не лише якісний продукт, а й етичності виробництва, сертифікації та цифрової прозорості — QR-коди, NFC-мітки, додатки з інформацією про походження.

Міжнародний ринок консервованих та перероблених овочів і фруктів характеризується високим рівнем регіональної спеціалізації, яка формується під впливом агрокліматичних умов, рівня розвитку переробної промисловості та внутрішніх потреб населення. Різні частини світу демонструють як самодостатнє виробництво ключових культур, так і активну участь у міжнародній торгівлі для покриття дефіциту певних продуктів. Така взаємодоповнюваність регіонів забезпечує глобальне постачання різноманітної продукції та задовольняє попит на високоякісні, органічні та преміальні товари (табл. 1).

Структура виробництва та імпорту консервованих і перероблених овочів і фруктів у різних регіонах світу відображає специфіку їх агрокліматичних умов, рівень розвитку переробної промисловості та внутрішні потреби населення.

У Північній Америці зосереджене виробництво томатів, кукурудзи, бобових та ягід, тоді як імпорту орієнтований на тропічні культури (ананаси, манго), які не вирощуються в достатніх обсягах у регіоні.

Азійсько-Тихоокеанський регіон поєднує великі обсяги виробництва персиків, груш, ананасів та овочевих соусів із значним імпортом тропічних фруктів із Південно-Східної Азії та Латинської Америки, а також ягід і яблук із США та ЄС. Це свідчить про високий попит на різноманітну продукцію, який задовольняється завдяки глобальній торгівлі.

У Європі ключовим є виробництво томатної продукції та консервованих фруктів, тоді як імпорту спрямований переважно на тропічні культури з Латинської Америки та заморожені

ягоди з Північної Америки. Таким чином, Європа покриває дефіцит тропічної сировини шляхом імпорту з країн, що спеціалізуються на її виробництві.

Латинська Америка виступає головним виробником тропічних фруктів, цитрусових та бобових культур, а також експортером консервованих томатів і кукурудзи. Водночас регіон імпортує преміум-сегмент овочевої та фруктової продукції, включно з органічними товарами з Північної Америки та Європи.

Близький Схід та Африка спеціалізуються на виробництві консервованих олив, джемів та фруктових соків. Однак через обмеженість власної сировини регіон значною мірою залежить від імпорту томатної пасти, кукурудзи, тропічних фруктів та органічної продукції з ЄС і Латинської Америки.

Отже, світовий ринок консервованих овочів і фруктів базується на взаємодоповнювані регіонів: країни з розвинутим аграрним сектором (Латинська Америка, Азія) забезпечують постачання продукції, тоді як розвинені ринки (ЄС, США, Близький Схід) виступають головними споживачами і драйверами попиту на високоякісні, органічні та преміальні товари.

У ХХІ столітті глобальний ринок перероблених та консервованих овочів і фруктів зазнає суттєвих трансформацій під впливом споживчих, технологічних та регуляторних чинників. Раніше ключовими драйверами ринку були тривалість зберігання продукції та зручність споживання, однак сьогодні з'явилися нові вимоги: органічність, прозорість виробництва, екологічність пакування, цифровізація торгівлі та стійкість логістики. Споживачі дедалі частіше очікують наявності "чистих етикеток" (clean label), сертифікованих органічних продуктів та можливості перевірки походження кожного інгредієнта (traceability).

Розвиток електронної комерції, маркетплейсів та швидкої доставки (quick commerce) докорінно змінює канали збуту переробленої продукції, створюючи нові можливості для виходу на глобальні ринки. У цьому контексті виділяють три основні напрями:

1. Зростання попиту на органічні продукти та "clean label".
2. Інновації в пакуванні та сталих логістичних рішеннях.
3. Поширення маркетплейсів і цифрових платформ торгівлі.

Попит на органічні продукти стабільно зростає під впливом поширення здорового способу життя, усвідомленого споживання та занепокоєння екологічними наслідками харчового

виробництва. За даними FiBL & IFOAM (2024), обсяг світового ринку органічних продуктів перевищив 135 млрд євро у 2022 р., демонструючи середньорічне зростання у понад 8% [6].

Clean label і простежуваність продукції (traceability) формують ключові конкурентні переваги виробників. Споживачі очікують відкритості інформації щодо походження сировини та методів її обробки, що стимулює виробників впроваджувати сучасні технології, включно з блокчейном та QR-кодами.

Зміна очікувань споживачів та регуляторний тиск, зокрема Європейський зелений курс та Директива ЄС щодо пластикових відходів, стимулюють виробників впроваджувати екологічні пакувальні рішення. Заслугує на увагу досвід провідних компаній харчової галузі, які запроваджують інновації, а саме:

— Heinz у 2022 р. запустила проект Snap Pots у Великобританії — упаковки для квасолі, виготовлені на 39% із переробленого м'якого пластику, зібраного у магазинах Tesco [7];

— Kraft Heinz планує скоротити використання первинного пластику у пакуванні на 20% до 2030 р., що становить понад 100 млн фунтів на глобальному рівні [8];

— Tetra Pak впроваджує асептичні картонні пакування для фруктових пюре та соусів, які мають менший вуглецевий слід і забезпечують довший термін придатності [9];

— у ЄС дедалі частіше застосовуються QR-коди на етикетках, що містять детальну інформацію про походження продукту, виробничі процеси та вуглецевий слід.

На глобальному рівні зростає попит на такі продукти:

1. Органічні консервовані овочі:

— томати: завдяки високому вмісту лікопіну, органічні консервовані томати користуються попитом серед споживачів, які прагнуть до здорового харчування;

— гриби: органічні консервовані гриби, зокрема шампінйони, стають все більш популярними завдяки своїй універсальності та натуральному смаку;

— кукурудза: органічна консервована кукурудза є популярним інгредієнтом у багатьох стравах, завдяки своїй солодкості та хрусткій текстурі;

— горох: органічний консервований горох є джерелом білка та клітковини, що робить його привабливим для споживачів, які слідкують за своїм харчуванням;

— квасоля: органічна консервована квасоля, зокрема червона та біла, є популярною серед вегетаріанців та веганів завдяки високому вмісту білка.

2. Органічні консервовані фрукти:

— персики: органічні консервовані персики користуються популярністю завдяки своєму солодкому смаку та універсальності у використанні;

— груші: органічні консервовані груші є смачним та корисним десертом, що привертає увагу споживачів;

— ананаси: органічні консервовані ананаси популярні завдяки своєму тропічному смаку та використанню у різноманітних стравах.

— манго: органічні консервовані манго стають все більш популярними завдяки своєму екзотичному смаку та корисним властивостям;

— вишня: органічна консервована вишня є популярним інгредієнтом у десертах та випічці завдяки своєму кисло-солодкому смаку.

Сучасні технології консервування та пакування спрямовані на задоволення потреб вимогливих споживачів, дотримання принципів сталого розвитку. Так, зростає попит на скляні банки та біорозкладні матеріали, що зменшують негативний вплив на навколишнє середовище. Популярні матеріали включають поліактид (PLA) і композитні паперові пакування, які розкладаються на нетоксичні компоненти. Дослідження показують, що більше половини споживачів готові обирати продукцію з екологічним пакуванням, а 90 % — купувати продукцію брендів, що використовують сталу упаковку [10]. Технології холодного консервування, такі як електронна пастеризація та High Pressure Processing (HPP), дозволяють зберегти харчову цінність продуктів без термічної обробки. Продукти зберігають смак, текстуру та корисні речовини, а виробництво стає енергоефективнішим. Таким чином, упаковка стає не лише засобом збереження якості продукції, а й маркетинговим інструментом, який транслює цінності бренду, екологічність і прозорість виробництва.

Важливим новим напрямом у сфері перероблених та консервованих овочів і фруктів є зростання попиту на функціональні продукти та суперфуди. Споживачі дедалі більше цікавляться продуктами, збагаченими пробіотиками, вітамінами або антиоксидантами, що підтримують імунну систему та загальний стан здоров'я. Наприклад, органічні пюре з ягід асаї, чорниці чи годжі набирають популярності як інгредієнти для смузі та дитячого харчування [11].

Паралельно формуються тренди локалізації виробництва та коротких ланцюгів поставання, що дозволяє скоротити транспортні витрати та знизити вуглецевий слід продукції.

Деякі компанії, наприклад, локальні виробники в Італії та Франції, впроваджують концепцію "farm-to-can", де овочі та фрукти консервуються безпосередньо на фермі, що зберігає свіжість і корисні властивості продукту.

Ще один актуальний тренд — використання альтернативних джерел енергії та енергоефективних технологій на заводах. Зокрема, сонячні та геотермальні системи охолодження, LED-освітлення та рекуперація тепла стають стандартом для великих переробних підприємств, що дозволяє зменшити витрати енергії та викиди парникових газів.

У сегменті упаковки набирають популярності активні та інтелектуальні упаковки. Вони не лише зберігають продукт, а й можуть змінювати колір або індикувати стан свіжості. Наприклад, індикатори свіжості у пакуванні органічних ягід або томатного пюре дозволяють споживачу миттєво оцінити якість продукту.

Крім того, відзначається зростання міжнародних сертифікацій та стандартів, що гарантують екологічність і соціальну відповідальність виробництва. Сертифікати Fair Trade, Rainforest Alliance або Bio Suisse стають додатковим аргументом для преміум-споживачів і допомагають компаніям виходити на нові ринки.

Ще один новий аспект — інтеграція аналітики великих даних у виробничі та маркетингові процеси. Виробники використовують дані про попит, сезонність та споживчі вподобання для точного планування виробництва, оптимізації логістики та персоналізації пропозицій на маркетплейсах. Наприклад, аналітичні платформи дозволяють прогнозувати, які органічні овочі та фрукти будуть найбільш популярні у конкретному регіоні, і вчасно коригувати обсяги виробництва.

Нарешті, зростає роль етичного споживання. Споживачі обирають продукти компаній, що дотримуються принципів соціальної відповідальності, підтримують місцевих фермерів та мінімізують вплив на навколишнє середовище. Це стимулює виробників консервованих продуктів впроваджувати програми сталого розвитку, інвестувати у відновлювані джерела енергії та активно комунікувати.

Таким чином, формується багатовимірна екосистема ринку перероблених та консервованих овочів і фруктів, де споживчі тренди, технологічні інновації, стійкість та цифровізація взаємодіють. Успішними стають компанії, які одночасно дбають про здоров'я своїх споживачів, дотримуються принципів екологічності,

зручності та прозорості ланцюгів створення доданої вартості продуктів, інтегруючи новітні технології на всіх етапах виробництва та дистрибуції.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Аналіз міжнародного ринку перероблених та консервованих овочів і фруктами у 2020—2024 рр. показує стійке зростання ринку, зумовлене економічними, соціальними та політичними факторами. Міжнародний ринок перероблених та консервованих овочів і фруктів демонструє стійкість і здатність адаптуватися до економічних, політичних та соціальних змін. Міжнародна торгівля цією продукцією характеризується високою регіональною концентрацією, де провідну роль відіграють Європа, Америка та Азія, тоді як Африка та Океанія залишаються периферійними регіонами з обмеженою участю. Попит на продукцію з тривалим терміном зберігання формується під впливом урбанізації, споживчих звичок, технологічного розвитку та інновацій у переробці та пакуванні. Ринок поступово інтегрує нові тенденції — органічність, сталу упаковку, цифровізацію та прозорість виробничих ланцюгів — що забезпечує його подальший розвиток та відповідність сучасним потребам споживачів.

Сучасні тенденції розвитку ринку пов'язані з підвищенням попиту на органічні продукти, "clean label", прозорістю походження продукції та екологічним пакуванням. Інновації у технологіях консервування, цифровізація торгівлі, швидка доставка, енергоефективні рішення визначають конкурентні переваги виробників. Особливого значення набувають функціональні продукти та суперфуди, інтеграція аналітики великих даних для прогнозування попиту та персоналізації пропозицій, а також соціальна відповідальність компаній.

Перспективи подальших досліджень будуть пов'язані з оцінкою впливу соціальної та екологічної сертифікації на конкурентоспроможність продукції на глобальних ринках, прогнозуванням попиту на органічні та преміальні продукти в різних регіонах світу.

Література:

1. International Trade Statistics for HS Code 20 — Processed Vegetables and Fruit. ITC. Trade Map. 2025. URL: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%-7c%7c%7c%7c20%7c%7c%7c2%7c1%7c1%-7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

2. Canned Vegetable and Fruit Market. Verified Market Reports. 2025. URL: <https://www.verifiedmarketreports.com/product/canned-vegetable-and-fruit-market>

3. Other Processed Vegetables. HS4 20.05 (Harmonized System 1992 for 4-digits). The Observatory of Economic Complexity. 2025. URL: <https://oec.world/en/profile/hs/other-processed-vegetables>

4. Asia-Pacific Canned Food Market. Virtue Market Research. 2025. URL: <https://virtuemarketresearch.com/report/asia-pacific-canned-food-market>

5. The European market potential for canned fruits and vegetables. Centre for the Promotion of Imports from developing countries. 2025. URL: <https://www.cbi.eu/market-information/processed-fruit-vegetables-edible-nuts/canned-fruit-and-vegetables/market-potential>

6. The World of Organic Agriculture 2024. Statistics and Emerging Trends. FiBL, IFOAM ? Organics International. 2024. 352 p. URL: <https://www.fibl.org/en/shop-en/1747-organic-world-2024>

7. Heinz and Tesco Collaborate on Pots Made from Recycled Soft Plastics Collected from Stores. Packaging Europe. 2022. URL: <https://packagingeurope.com/news/heinz-and-tesco-collaborate-on-pots-made-from-recycled-soft-plastics-collected-from-stores/8335.article>

8. Together at the table: 2023 ESG Report. Kraft Heinz Company. 2023. URL: <https://www.kraftheinzcompany.com/esg/pdf/Kraft-Heinz-2023-ESG-Report.pdf>

9. Tetra Pak makes further progress on sustainability transformation. Tetra Pak. 2025. URL: <https://www.tetrapak.com/en-ua/about-tetrapak/news-and-events/newsarchive/tetra-pak-makes-further-progress-on-sustainability-transformation>

10. Experienced. Strategic. Unrivaled. Delivering Innovative Packaging Solutions for a Sustainable Tomorrow. Shorr. 2024. URL: <https://www.shorr.com>

11. Global Organic Food Market Report. Research and Markets. 2024. URL: <https://www.researchandmarkets.com>

References:

1. ITC (2025), "International Trade Statistics for HS Code 20 — Processed Vegetables and Fruit", available at: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%-7c%7c%7c20%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%-7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 (Accessed 20 October 2025).

2. Verified Market Reports (2025), "Canned Vegetable and Fruit Market", available at: <https://www.verifiedmarketreports.com/product/canned-vegetable-and-fruit-market> (Accessed 20 October 2025).

3. The Observatory of Economic Complexity (2025), "Other Processed Vegetables. HS4 20.05 (Harmonized System 1992 for 4-digits)", available at: URL: <https://oec.world/en/profile/hs/other-processed-vegetables> (Accessed 20 October 2025).

4. Virtue Market Research (2025), "Asia-Pacific Canned Food Market", available at: <https://virtuemarketresearch.com/report/asia-pacific-canned-food-market> (Accessed 20 October 2025).

5. Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries (2025), "The European market potential for canned fruits and vegetables", available at: <https://www.cbi.eu/market-information/processed-fruit-vegetables-edible-nuts/canned-fruit-and-vegetables/market-potential> (Accessed 20 October 2025).

6. FiBL (2024), "The World of Organic Agriculture 2024. Statistics and Emerging Trends", available at: <https://www.fibl.org/en/shop-en/1747-organic-world-2024> (Accessed 22 October 2025).

7. Packaging Europe (2022), "Heinz and Tesco Collaborate on Pots Made from Recycled Soft Plastics Collected from Stores", available at: <https://packagingeurope.com/news/heinz-and-tesco-collaborate-on-pots-made-from-recycled-soft-plastics-collected-from-stores/8335.article> (Accessed 20 October 2025).

8. Kraft Heinz Company (2023), "Together at the table: 2023 ESG Report", available at: <https://www.kraftheinzcompany.com/esg/pdf/KraftHeinz-2023-ESG-Report.pdf> (Accessed 20 October 2025).

9. Tetra Pak (2025), "Tetra Pak makes further progress on sustainability transformation", available at: <https://www.tetrapak.com/en-ua/about-tetra-pak/news-and-events/newsarchive/tetra-pak-makes-further-progress-on-sustainability-transformation> (Accessed 20 October 2025).

10. Shorr (2024), "Experienced. Strategic. Unrivaled. Delivering Innovative Packaging Solutions for a Sustainable Tomorrow", available at: <https://www.shorr.com> (Accessed 20 October 2025).

11. Research and Markets (2024), "Global Organic Food Market Report", available at: <https://www.researchandmarkets.com> (Accessed 22 October 2025).

Стаття надійшла до редакції 06.11.2025 р.