

# Сушеные овощи

## Внутреннее производство в Кыргызстане

Сушеная продукция из овощей представляет интерес как продукт длительного (до 2-х лет) хранения и применения простейших технологий. Согласно статистике ежегодно производится примерно до 2.5 тыс тонн сушеных фруктов и овощей, вместе. На сегодняшний день самое крупное предприятие (из 4 зарегистрированных) способно производить до 600 тонн в год сушеных овощей. Почти 100% производимой продукции экспортируется как ингредиент.

## Потенциал для продаж на Российском рынке

Спектр применения сушеных овощей и зелени достаточно широкий. Данная продукция предлагается как в качестве ингредиентов для производства пищевых продуктов (концентратов – супов, пюре и т.д.; продуктов быстрого приготовления – лапша; соусов; майонезов; кетчупов; колбас; мясных и овощных полуфабрикатов, снековых группах продуктов), так и как самостоятельная приправа, реализуемая через розничную сеть магазинов или в пункты общественного питания. В каждом из этих сегментов имеются компании-лидеры. В обзоре по пищевым производствам были выделены наиболее яркие компании по производству сухих приправ и зелени, где большинство составляет импортная продукция из стран Европы (Австрии «Aromamix» и «Kotanyi», Финляндии «Santa Maria»). Западная продукция имеет привлекательную упаковку и поддерживается рекламной кампанией. Фактически, эти компании продают свою упаковку по очень хорошей цене, например 7 г расфасованного укропа («Santa Maria») стоят \$ 0.56, а 13 г петрушки сушеной в баночках – \$ 1.25.

Темпы роста производства продуктов быстрого приготовления, кетчупов и мясных и овощных полуфабрикатов неизменно увеличиваются и большинство предприятий по их производству сосредоточено в Москве и С.Петербурге, а также их областях, соответственно растет и потребление сушеных овощей и зелени, прежде всего лука, красной и зеленой паприки, укропа, петрушки, базилика, чеснока, моркови.

По запросу, сделанному на сайтах Интернет, о производителях сушеных овощей и зелени в России, было получено всего 4 записи, из которых 2 записи представляют кыргызские компании Нуристан и Ивток. Две другие компании называются Фермерское хозяйство «Золота нива» и Томская «Продовольственная Компания».

### **Требования к качеству продукции и упаковке, цена и условия поставок**

Основной объем сушеных овощей и зелени поставляется из Китая, Голландии, Польши и Узбекистана.

В России на сушеную зелень действует ГОСТ 16732-71 «Зелень петрушки, сельдерея и укропа сушеная», на сушеный лук – ГОСТ 7587-71 «Лук репчатый сушеный», на морковь – ГОСТ 7588-71 «Морковь столовая сушеная». В приложениях приведены примеры предложений по качеству, упаковке и условий поставок компаний, торгующих ингредиентами.

*Таблица 6. Продукт, упаковка, цена в Москве, С.Петербурге*

Наименование продукта	Упаковка, представленная на рынке	Требования к качеству	Ср.цена кыргыз. продукта \$/кг	Оптовая цена, \$/кг	
				Мин.	Макс.
Лук сушеный			1.9	2.1	2.3
Морковь сушеная			2.0	1.9	2.2
Паприка сушеная		Нарезанные хлопья 6x4 мм, цвет ярко красный, 8-9%, 2-5 мин. восстановл.	3.8	4.0	

Петрушка сушеная		Листья без стеблей, нарезка 2x2 мм, цвет ярко зеленый, влж.8-9%, быстро восстанав.	3.0	2.9	3.3
Укроп сушеный		Листья без стеблей, нарезка 2 мм, цвет ярко зеленый, 8-9%, быстро восстанав.	3.8	3.4	4.6

## Вывод

В действительности, рынок потребления сушеных овощей и зелени будет продолжать интенсивно развиваться, благодаря качественному переходу на другой жизненный уровень, особенно в крупных городах, и соответственно, росту количества предприятий по производству продуктов быстрого приготовления и мясных и овощных полуфабрикатов. Т.к. г.Москва и г.С.Петербург являются наиболее динамично развивающимися городами с населением, имеющим больший уровень дохода по сравнению с другими регионами России, следовательно, этот регион будет наращивать темпы производства и увеличивать объемы потребления данной продукции. Возможно, для перерабатывающих предприятий необходимо начинать развивать продукцию и упаковку для розничной торговли специй и смесей, т.к. применение подобного продукта в приготовлении пищи достаточно широко распространено в среднеазиатском регионе, но продукция, имеющая привлекательную и удобную (не бумажные пакетики на базаре) упаковку, не представлена в ассортименте в розничной торговле. Предлагается импортная продукция в супермаркетах с уровнем дохода выше среднего и по высокой цене, следовательно, предложения продукции в соотношении цены и качества на местном рынке (интересными могут стать более северные регионы

Казахстана) могут иметь будущее.