

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ПРАТ «ВІННИЦЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА»

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розробили і економічно обґрунтували маркетингову стратегію диверсифікації продукції – виготовлення нового продукту – енергетичних батончиків «Сяйво життя», які представлені чотирма смаковими комбінаціями: манго-журавлина, смородина-м'ята, морква-імбир та лайм-гарбуз.

Ключові слова: маркетингова стратегія, диверсифікація, розвиток, ефективність, управління.

Abstract

Developed and economically justified a marketing strategy for product diversification - the production of a new product - "Shine of Life" energy bars, which are represented by four flavor combinations: mango-cranberry, currant-mint, carrot-ginger, and lime-pumpkin.

Key words: marketing strategy, diversification, development, efficiency, management.

Вступ

Маркетингова стратегія є пріоритетним елементом загальної стратегії розвитку підприємства, виступаючи при цьому інтегруючим вектором комплексних зусиль. Нині, ні один агент ринку не може обійтися без адекватного процесу розробки маркетингової стратегії. Цей процес є керованим явищем, а тому надзвичайно актуальним є дослідження теоретико-методичних напрямів та підходів стосовно розробки маркетингової стратегії як інструменту забезпечення ефективного розвитку підприємства.

Результати дослідження

Посилення конкуренції на вітчизняному ринку кондитерських виробів спонукає підприємства шукати ефективні інструменти зміцнення своїх ринкових позицій, серед яких ключове місце посідає диверсифікація. У сучасних умовах основними векторами розвитку кондитерської галузі України є асортиментна збутова та вертикальна диверсифікація. Для ПрАТ «Вінницька кондитерська фабрика» обґрунтовано доцільність застосування стратегії асортиментної диверсифікації. Цей підхід дозволить розширити товарну номенклатуру та забезпечить формування стійких конкурентних переваг. Реалізація зазначеної стратегії базується на фінансуванні інновацій, зокрема на розробці нових продуктів, модернізації технологій та проведенні маркетингових заходів.

Здійснений аналіз поточних глобальних тенденцій та трансформацій в Україні свідчить про суттєві зміни у структурі споживчих переваг. Динамічний темп життя сучасного суспільства прискорив еволюцію ринку харчових продуктів. Сьогодні ключовими вимогами споживачів є доступність товарів, а також можливість швидкого відновлення енергетичного балансу та стимуляції когнітивних функцій. Для задоволення цих потреб обґрунтовано доцільність запуску виробництва енергетичних батончиків, які характеризуються високою біологічною цінністю та збалансованими органолептичними властивостями.

Аналіз глобального ринку харчування свідчить, що людство почало споживати більше снєків – середньостатистична людина вгамовує голод закусками більше п'яти разів на день. За даними дослідницької компанії в області харчових продуктів Innova Market Insights попит на снєки з фруктовою основою (на зразок поживних батончиків з натуральної сировини) є найбільш динамічним і з 2012 до 2022 року їх частка збільшилася більш ніж у два рази – з 8 до 18 %. Міжнародне видання Natural Products Insider стверджує, що, починаючи з 2010 року загальною домінуючою тенденцією в сфері харчових продуктів є насичення глобального ринку і припинення його зростання (навіть спад у деяких регіонах) в натуральному вираженні при незначному зростанні в грошовому, але при цьому сегмент енергетичних батончиків і снєків на основі натуральних фруктів демонструє впевнене зростання як в натуральному, так і в грошовому еквіваленті. Це зростання обумовлено змінами по відношенню до потреб споживачів, створенню продуктів, постійно готових до вживання, які зручно

мати при собі, щоб швидко відновити сили. Згідно з дослідженнями міжнародної агропромислової корпорації Archer Daniels Midland, смакові відчуття і оригінальні поєднання компонентів залишаються важливим критерієм вибору для 51 % покупців снеків, але разом із тим споживачі почали більше уваги приділяти «здоровим» інгредієнтам, з яких створено снеки. Споживчий вибір все більше обумовлює скорочення використання або повну відсутність консервантів та барвників, вміст виключно натуральних компонентів, таких як горіхи, овочі, фрукти тощо [1]. Харчування є важливою частиною і для багатьох видів аматорських спортивних тренувань, зростаюча популярність яких давно стала світовою тенденцією на тлі загального збільшення кількості людей, що прагнуть вести активний і здоровий спосіб життя. Цей тренд не оминув і Україну: за даними інформаційно-аналітичної платформи FitnessConnectUA, споживачами фітнес-послуг сьогодні є понад 1 млн осіб, або 2, % населення України. Разом з тим, Україна є яскравим прикладом країни, в якій внутрішнє виробництво спортивного харчування, незважаючи на досить значну сировинну і технологічну базу, активно не розвивалося [2, с. 58].

Враховуючи зростаючий попит на енергетичні батончики, пропонуємо для ПрАТ «Вінницька кондитерська фабрика» розробити і виготовляти фруктові батончики для функціонального харчування з овочевими, злаковими та горіховими добавками. При цьому великою перевагою є достатньо потужний імідж підприємства у кондитерській промисловості, що сприятиме попиту на створений новий продукт.

Пропонуємо виготовлення батончиків «Сяйво життя», які будуть включати 4 смаки: манго-журавлина, смородина-м'ята, морква-імбир та лайм-гарбуз. Запропоновані батончики – натуральний продукт без цукру, виготовлений за технологією «холодного преса», що дозволяє зберегти в цілості всі вітаміни і мікроелементи натуральних фруктів та ягід. Основа батончика – корисний та поживний фінік (100% натуральний продукт), без доданого цукру, без глютену, без нагріву при виробництві.

Проведене маркетингове дослідження [1] дає можливість оцінити відповідність сприйняття загальних світових тенденцій споживачами енергетичних батончиків в Україні. За даними анкетування, респонденти за віком розподілилися таким чином: найбільш широко представлена вікова група від 18 до 29 років – 48,1 %, на другому місці група від 30 до 39 років – 29,2 %, далі група від 40 до 49 років – 15,4 %, і останньою є вікова група понад 50 років – 7,3 %. Дані свідчать про те, що більшість респондентів приділяють значну увагу вмісту натуральної сировини та поживних речовин.

Узагальнимо прогнозні розрахунки щодо реалізації запропонованого проекту виробництва енергетичних батончиків (табл. 1).

Таблиця 1 – Розрахунок витрат на проект виробництва енергетичних батончиків

Показники	Розрахунок
1	2
Повні витрати в проектному році	$2\ 616\ 983 + 26\ 548 = 2\ 643\ 531$ тис. грн.
Приріст чистого доходу від реалізації	$2\ 792\ 824 \cdot 9,5/100 = 265\ 318,28$ тис. грн.
Чистий дохід від реалізації в проектному році	$2\ 792\ 824 + 265\ 318,28 =$ $3\ 058\ 142,28$ тис. грн.
Валовий прибуток в проектному році	$3\ 058\ 142,28 - 2\ 643\ 531 =$ $414\ 611,28$ тис. грн.
Приріст чистого прибутку	$8\ 250 + 414\ 611,28 \cdot (1 - 0,18) = 348\ 231,25$ тис. грн.

Отже, внаслідок реалізації проекту на виробництво енергетичних батончиків «Сяйво життя» чистий дохід від реалізації продукції в проектному періоді збільшиться на 265 318,28 тис. грн. Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції збільшиться на 26548 тис. грн. Валовий прибуток складатиме в проектному році 414 611,28 тис. грн. Приріст чистого прибутку становитиме 348 231,25 тис. грн.

Доцільно зазначити, що проведені розрахунки обґрунтували доцільність та ефективність в найближчому проектному році. З огляду на значний попит на зазначену категорію продукції і визнаний імідж підприємства ПрАТ «Вінницька кондитерська фабрика» ефективність та рентабельність будуть зростаючими і в подальшому.

Висновки

Отже, практична реалізація стратегії асортиментної диверсифікації передбачає освоєння виробництва принципово нового виду продукції. Моніторинг сучасних світових тенденцій та трансформацій на вітчизняному ринку засвідчив зміну споживчих пріоритетів під впливом динамічного стилю життя суспільства. Сьогодні ключовими вимогами до харчових продуктів є їхня

загальнодоступність, здатність оперативно відновлювати енергетичний баланс та стимулювати когнітивні функції. Для задоволення цих потреб обґрунтовано впровадження лінійки натуральних енергетичних батончиків «Сяйво життя», яка представлена чотирма смаковими комбінаціями: манго-журавлина, смородина-м'ята, морква-імбир та лайм-гарбуз. Інноваційність продукту полягає у використанні технології холодного пресування, що забезпечує збереження вітамінно-мінерального комплексу вихідної сировини. Базовим компонентом батончиків є фінікова паста; продукт позиціонується як 100% натуральний, безглютенний, без додавання цукру та термічної обробки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Богуславський Є. І., Мовчан А. С. Диверсифікація підприємств кондитерської галузі як чинник її економічного зростання. *Ефективна економіка*. 2016. №4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4893> (дата звернення 21.05.2026 р.)

2. Тарасюк Г.М., Чагайда А.О. Перспективи впровадження технології енергетичних батончиків у закладах готельно-ресторанного господарства. *Економіка, управління та адміністрування*. 2019. №3 (89). С. 57–65.

Карачина Наталія Петрівна – д-р екон. наук, професор кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: karachyna.n@gmail.com

Павличко Олександра Валентинівна – студент групи МР-226, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: bobikovaoleksandra@icloud.com

Karachyna Nataliia P. – Dr. Sc. (Economic), Professor, Head of the of Management, Marketing and Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: karachyna.n@gmail.com

Pavlychko Oleksandra V. – Faculty of Management and Information Security Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: bobikovaoleksandra@icloud.com