

## **МАРКЕТИНГОВЕ ОБҐРУНТУВАННЯ РОЗРОБКИ ТА ВИВЕДЕННЯ НОВОГО ПРОДУКТУ НА РИНОК**

Трансформаційні процеси в економіці України висувають вимоги до перебудови її структури з орієнтацією на інноваційний напрямок розвитку. Галузь кондитерських виробів займає важливе місце у структурі харчової промисловості країни і є досить розвиненою, самодостатньою та успішно діючою, що, своєю чергою, супроводжується постійним посиленням конкуренції в ній. Тому невід’ємною передумовою забезпечення конкурентоспроможності підприємств кондитерської галузі, які мають динамічно вирішувати питання оцінки стратегії своєї поведінки не тільки у перспективі, але й сьогодні, є активна інноваційна діяльність.

В Україні ринок кондитерських виробів сформувався досить давно. Даний сегмент характеризується високим рівнем конкуренції і великою кількістю кондитерських компаній, що обумовлює широкий асортимент продукції, який динамічно оновлюється і відповідає потребам споживачів.

У структурі виробництва кондитерських виробів в Україні в натуральному вираженні більше половини (55,3%) займають різні борошняні вироби. Велика частка продукції на кондитерському ринку – українського виробництва (близько 95%), проте імпорту в даному сегменті показує активне зростання. Це пов’язано зі зростанням інтересу українських споживачів до зарубіжних солодоців, які сприймаються як більш якісні.

Встановлено, що протягом 2017–2019 рр. вартісні показники реалізації кондитерських виробів та цукру в Україні демонструють зростання, тоді як у натуральних одиницях виміру відбувся їхній спад. Інтенсивні темпи зростання виробництва та реалізації солодоців на внутрішньому ринку, насамперед шоколадних кондитерських виробів, какао та продуктів з нього, зумовлені низкою об’єктивних факторів: висока собівартість та ціна внаслідок використання імпортової сировини, несприятливі валютні коливання, зростання витрат на оплату праці тощо. Виявлено новітні тенденції в розвитку ринку кондитерської продукції, зокрема цукрових кондитерських виробів, що містять плоди, ягоди, горіхи, зацукровані, глазуровані або кристалізовані; зростання попиту на органічні солодоці, переважно імпортного походження.

Для дослідження ринку споживачів маршмелоу з кокосовим цукром та фруктозою у м. Харкова було розроблено анкету, що складалася із взаємопов'язаних, поставлених у логічній послідовності запитань. Усього було опитано 605 респондентів.

За результатами опитування було виявлено, що респонденти віддають перевагу пастильним кондитерським виробам (зефір, маршмелоу, лукум, пастила тощо) – 56,5%. У той час, як 17,2% – карамельним, мармеладним – 16,5% тощо; уподобання споживання пастильних кондитерських виробів досить часто 23% – два рази на тиждень, 33,6% – 2–3 рази на місяць; споживач придбає пастильні вироби частіше у супермаркетах – 66,3% та магазинах – 17,9%; надає споживач перевагу таким пастильним цукристим виробам, як маршмелоу – 47,2% та зефір – 20,3%. Також за результатами опитування виявлено, що респондент звертає увагу при покупці маршмелоу на ціну – 52,4%, зовнішній вигляд – 33,2% та торгову марку – 11,7%. Також респонденти віддають перевагу маршмелоу зі смаками: карамельний – 33,2%, шоколадний – 23,1%, ванильний – 17,5%, плодово-ягідний – 3,3%, у той час, як кокосовому смаку – 8% і позитивно ставляться до натуральних цукрозамінників, а саме до кокосового цукру – 62% та фруктози – 33,2%. Таким чином, можна зробити висновок що маршмелоу з кокосовим цукром та фруктозою буде користуватися попитом у населення - 76% виявили інтерес до інноваційного продукту. Відповідно до результатів тестування ціна для інноваційного продукту маршмелоу обирається стратегія «зняття вершків», використання якої потребує розробки та застосування комплексу інструментів просування, спрямованих на формування прихильності до нового продукту шляхом інформування потенційних споживачів про підвищену цінність продукту та додаткових благ, які вони отримують у процесі споживання. А саме, збагачення маршмелоу речовинами оздоровчої дії, доданням до рецептури кондитерського виробу натуральних цукрозамінників – кокосовий цукор та фруктоза, що мають багатий білковий, вітамінний, ферментний, мінеральний склад та містять біологічно активні речовини, які збагачують харчову цінність та надають кондитерському виробу імуномодельюючих, радіопротекторних, сорбційних властивостей, знижає калорійність і глікемічність.

Інноваційний продукт маршмелоу «Кокосова мрія», у складі якого є кокосовий цукор та фруктоза, можна вважати перспективним продуктом серед споживачів цукристих кондитерських виробів. А, також, серед населення хворими на цукровий діабет та людям з проблемами із серцево-судинною системою.