

## МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ КРАФТОВОЇ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Колодяжна Вікторія Олександрівна

аспірант

Сумський національний аграрний університет

*У статті розглянуті питання маркетингового аналізу та можливостей вітчизняного виробництва крафтової аграрної продукції. Охарактеризовані основні маркетингові теорії, які використовуються для просування крафтової сільськогосподарської продукції, а також розглянуті аспекти їх практичного застосування при проведенні маркетингового дослідження. Приведений алгоритм їх застосування при проведенні маркетингового аналізу та визначення потреб та переваг споживачів крафтової сільськогосподарської продукції. Приведено та охарактеризовано основні види крафтової сільськогосподарської продукції. Відображені результати дослідження внутрішнього ринку України в розрізі виробників крафтових сирів. Відображені результати маркетингового дослідження можливості реалізації крафтових сирів на прикладі внутрішнього ринку обласного центру м. Суми. Приведені результати дослідження асортименту сирів, пропонуваного роздрібною мережею та ресторанами міста Суми (на прикладі сирної тарілочки). Доведено, що при здійсненні маркетингового аналізу крафтової сільськогосподарської продукції включають важливість орієнтації на конкретні сегменти ринку, розробку ефективного брендингу та упаковки, а також використання соціальних мереж та інших цифрових маркетингових каналів для охоплення потенційних споживачів крафтової продукції. Зроблено висновок про те, що ефективні маркетингові стратегії є важливими для успіху на ринку крафтової сільськогосподарської продукції.*

**Ключові слова:** крафтове виробництво, крафтова продукція, маркетинг, маркетинговий аналіз, маркетингові теорії, аграрний сектор, ринок, сегментування, технології виробництва, канали реалізації.

DOI: <https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.1.5>

### Постановка проблеми у загальному вигляді.

Крафтова сільськогосподарська продукція – це кустарна, дрібносерійна або місцева їжа та напої, вироблені традиційними методами землеробства. Останніми роками ринок крафтової сільськогосподарської продукції зростає, оскільки споживачі почали більше цікавитися тим, звідки походить їхня їжа та як її виробляють. Цей маркетинговий аналіз розглядатиме поточний стан ринку, його тенденції та потенційні можливості зростання.

Ринок крафтової сільськогосподарської продукції зростає, оскільки споживачі все більше шукають їжу, вироблену традиційними методами. Згідно зі звітом Grand View Research, у 2020 році світовий ринок кустарних продуктів харчування та напоїв оцінювався в 850 мільярдів доларів, і очікується, що з 2021 по 2028 рік він зростатиме на 5,2% у середньому на рік [4].

Однією з тенденцій зростання ринку є зростання попиту на продукти місцевого виробництва. Споживачі більше зацікавлені в тому, щоб знати, звідки надходить їхня їжа, і вони готові платити більше за продукти, вироблені на місцевому рівні. Крім того, зростає інтерес до методів сталого та органічного землеробства, які часто асоціюються з крафтовою сільськогосподарською продукцією. Іншою тенденцією є зростання популярності фермерських ринків та інших каналів продажів безпосередньо споживачам. Це дозволяє споживачам купувати свіжі місцеві продукти безпосередньо у виробників, що може підвищити прозорість і налагодити відносини між споживачами та виробниками.

Є кілька потенційних можливостей зростання на ринку крафтової сільськогосподарської продукції. Одна з них – це розробка нових та інноваційних продуктів,

які відповідають мінливим смакам і уподобанням споживачів. Наприклад, зростає інтерес до рослинних і веганських харчових продуктів, і виробники можуть розробляти крафтові сільськогосподарські продукти, які відповідають цим тенденціям. Ще однією можливістю є розширення каналів продажів, таких як онлайн-продажі та платформи електронної комерції. Це може полегшити виробникам охоплення ширшої аудиторії та продаж своїх продуктів безпосередньо споживачам. Нарешті, є можливість вийти на міжнародні ринки. Оскільки споживачі в усьому світі стають все більш зацікавленими в місцевих і кустарних харчових продуктах, у крафтових сільськогосподарських виробників є потенціал для експорту своєї продукції на нові ринки.

Зростання ринку крафтової сільськогосподарської продукції створило нові можливості для фермерів, виробників харчових продуктів та інших підприємств у сільськогосподарській галузі, і розуміння маркетингових стратегій, які можна використовувати для просування цих продуктів, є важливим.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання маркетингового аналізу та ефективності збутової діяльності розглядалися в роботах видатних зарубіжних і вітчизняних маркетингологів та економістів: Бурцева В. В., Войчака А. В., Герасимчука В. Г., Даннікова О. В. [2], Данька Ю.І., Дарчука В.Г. [3], Джонстона М., Карпенко Н. В., Келлера К., Котлера Ф., Мазаракі А. А., Маршалла Г., Лігоненко Л. О., Павленко А. Ф., Пилипчука В. П. [7], Руделіуса В., Еванса Дж., Ушакової Н. М., Штефанича Д. [10] та ін.

Водночас недостатньо дослідженими залишаються питання щодо проведення маркетингового аналізу

вітчизняного ринку крафтової аграрної продукції, вибору ефективних маркетингових теорій для проведення такого дослідження, а також розробці ефективних заходів по управлінню реалізацією та просуванням такого виду продукції. А тому питання маркетингового аналізу та можливостей вітчизняного виробництва крафтової аграрної продукції потребують подальших досліджень.

**Постановка завдання.** Основна мета цього дослідження полягає в дослідженні маркетингових теорій, які використовуються для просування крафтової сільськогосподарської продукції, та їх практичного застосування при проведенні маркетингового дослідження, а також дослідження стану вітчизняного ринку крафтової продукції (на прикладі окремо обраного продукту – сиру крафтового).

**Результати дослідження.** Крафтова сільськогосподарська продукція позиціонується як високоякісна продукція місцевого походження, яка виробляється дрібними фермерами та виробниками продуктів харчування. Ці продукти часто продаються як екологічно стійкі, соціально відповідальні та високоякісні. Маркетингові стратегії крафтової сільськогосподарської продукції часто зосереджуються на цих атрибутах, а також на унікальності та автентичності продукції [5].

За останні роки ринок крафтової сільськогосподарської продукції значно зріс, і споживачі все більше шукають високоякісну продукцію з місцевих джерел. Проте ринок також є висококонкурентним, у продажу часто домінують великі виробники та роздрібні торговці, а також імпортна продукція. У результаті дрібним виробникам часто важко конкурувати на ринку, а використання ефективних маркетингових стратегій є важливим для досягнення успіху.

Інструментарієм маркетингового аналізу на ринку крафтової сільськогосподарської продукції, може слугувати теорія поведінки споживачів, сегментація ринку та комплекс маркетингу.

Теорія поведінки споживачів важлива для розуміння процесів прийняття споживачами рішень і переваг, тоді як сегментація ринку може допомогти визначити цільові ринки для конкретних продуктів. Комплекс маркетингу включає продукт, ціну, просування та місце, і він є важливим для розробки ефективних маркетингових стратегій (рис. 1).

У контексті крафтової сільськогосподарської продукції, маркетологи можуть використовувати ці теорії для розуміння потреб та переваг споживачів, визначення найбільш привабливих сегментів ринку, створення товарів та послуг, які відповідають цим сегментам, визначення найкращих стратегій ціноутворення, розповсюдження та просування продукції, а також для аналізу стадії життєвого циклу продукту та планування відповідних маркетингових заходів. В залежності від виду крафтової сільськогосподарської продукції формується і відповідний інструментарій для маркетингового аналізу.

На сьогодні існує велика кількість крафтової сільськогосподарської продукції. Нижче наведено деякі її види (табл. 1).

Це лише деякі приклади крафтової сільськогосподарської продукції. Залежно від регіону і традицій, можуть бути й інші види продукції.

Слід зазначити, що світове споживання сиру з кожним роком зростає, в роздрібній мережі завжди присутня сирна продукція, яка користується стабільним попитом – все це ознаки того, що будь-який, навіть найменший бізнес з виробництва сиру має потенціал для розвитку і шанс зміцнитися на споживчому ринку [8, с. 92].

На сьогодні на внутрішньому ринку України вже функціонують такі крафтові сироварні: «Еко Сироварня», Івано-Франківська область; СМФ «Молочний край», Рівненська область; ТМ «Натуральні сири», Луганська область; Сироварня «Козачка»; Vodun Kraft Clan, Сумська область, с. Алтинівка; Крафтова сироварня «Сирна мама», ТМ «O'BEREG» та інші [9].

Використаємо інструментарій для проведення маркетингового аналізу та проведемо маркетингове дослідження можливості реалізації крафтових сирів на прикладі внутрішнього ринку обласного центру м. Суми.

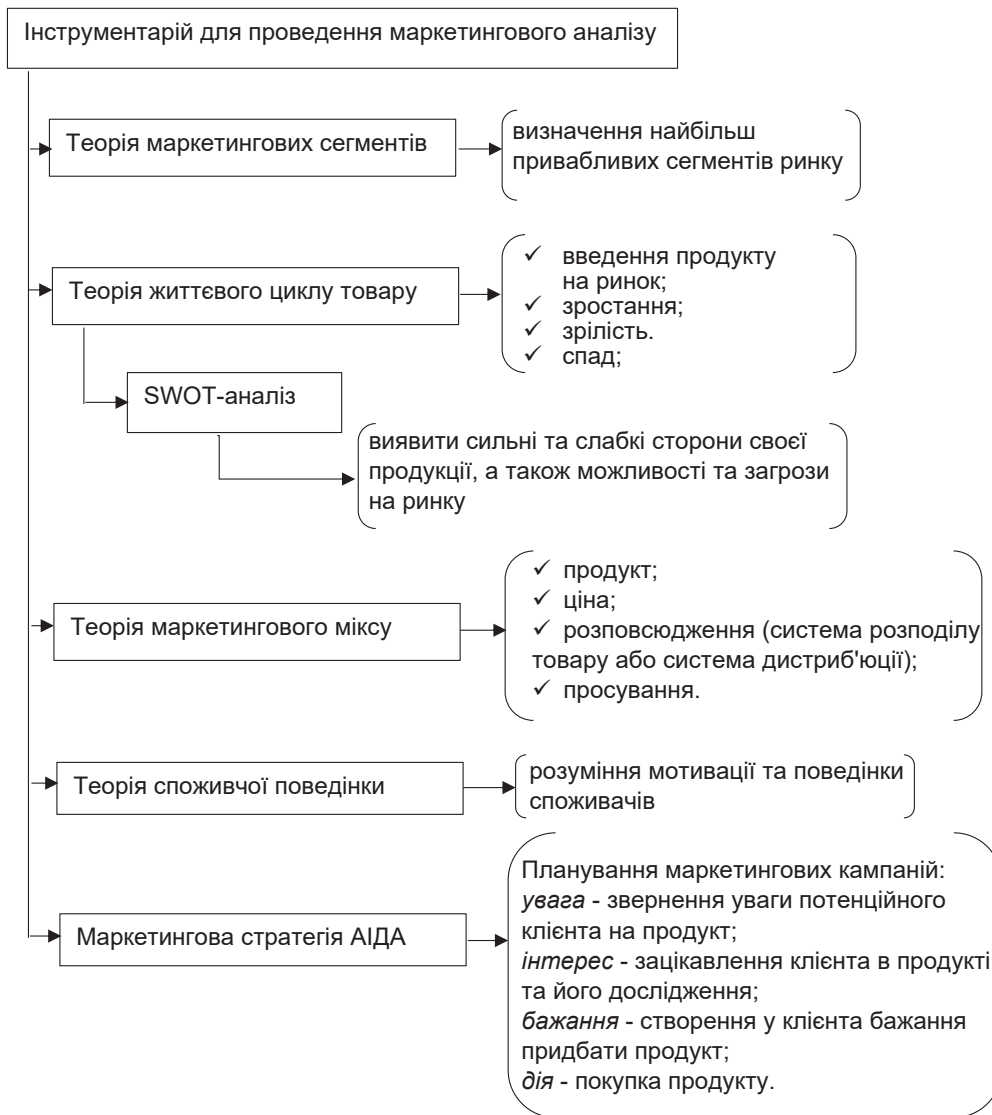
Дослідивши асортимент сирів, пропонованих роздрібною мережею та ресторанами міста Суми, на прикладі сирної тарілки, показав, що практично всі ресторани включають в меню сирну тарілку, яка відрізняється кількістю і сортами сиру. В цілому асортимент сортів сиру, які реалізуються в ресторанах, представлений досить широко. Найбільш затребуваними сортами сиру є тверді сири «Пармезан», «Маасдам», а також м'які сири «Дор блю» і «Моцарелла». Крім того даний аналіз, показав дефіцит м'яких сирів, в асортименті сирних тарі-

Таблиця 1

### Види крафтової сільськогосподарської продукції

Назва крафтового продукту	Опис
Сири	Виробляються з молока різних видів тварин, таких як корови, вівці, кози тощо. Залежно від типу молока і способу виробництва, сири можуть відрізнятися за текстурою, смаком і ароматом
Мед	Мед може відрізнятися за кольором, смаком і ароматом залежно від типу квітів і рослин
Фрукти та овочі	Вирощуються на городях та фермах без використання хімічних добрив і пестицидів. Крафтове виробництво фруктів і овочів може відрізнятися за сортами, сезонністю та якістю
М'ясо та м'ясні вироби	Виробляються з м'яса різних тварин, таких як свині, яловичина, баранина, кури тощо. Крафтове виробництво м'ясних продуктів може включати в себе використання натуральних спецій і традиційних методів обробки м'яса
Напої	Виробляються з фруктів, ягід, зерен і трав. Крафтові напої можуть включати в себе вино, пиво, квас, сидр тощо. Вони можуть відрізнятися за ароматом, смаком і міцністю

Джерело: складено автором на основі [1; 5]



**Рис. 1. Алгоритм застосування інструментарію для проведення маркетингового аналізу та визначення потреб та переваг споживачів крафтової сільськогосподарської продукції**  
 Джерело: побудовано автором на основі [2; 3; 7]

лок, вони зустрічаються в одиничному вигляді. Тобто, ніша м'яких сирів вільна, і тому асортимент з включенням м'яких крафтових сирів є перспективним напрямком.

При розробці крафтової лінійки власної продукції необхідно визначитися із сортами сирів, які є найбільш затребуваними. Відповідь на це питання може дати аналіз ринку в регіоні, а також наявність і кількість конкурентів. В якості джерел інформації про ринок, що вивчається, а саме місто Суми, та наявні ресторани, були використані наступні відкриті джерела:

- інформаційно-аналітичні портали, відкриті статистичні дані, інформаційні сторінки ресторанів;
- аналітичні огляди, включаючи професійні видання (ЗМІ).

Розглянемо асортимент сирів, пропонувані ресторанами міста Суми, на прикладі сирної тарілки. Для цього проведемо аналіз меню найбільш популярних ресторанів, що спеціалізуються на італійській, французькій

та європейській кухнях. Такий вибір пояснюється тим, що саме ці кухні характеризуються широким використанням різних видів сирів.

Аналіз показав, що практичні всі ресторани включають в меню сирну тарілку, яка відрізняється кількістю і сортами сиру. Асортимент сирів в меню 10-ти найбільш відомих ресторанів м. Суми представлений в таблиці 2.

Одним з основних показників, що характеризують асортимент, є його структура. Нами визначимо структуру асортименту сирів, представлених у складі сирних тарілок у меню ресторанів м. Суми. Загальна кількість позицій сиру, яка становить 18 видів твердих, напівтвердих та м'яких сирів.

Узагальнена структура сортів сиру нами представлена на рис. 2.

Структура асортименту представлена наступними сортами сиру: Камамбер, Бурата, Пармезан, Едам, Моцарелла, Дор Блю, Фета, Сулугуні, Фокачча, і інші.

## Наявність сортів сиру в меню найбільш відомих ресторанів м. Суми

№ п/п	Назва ресторану	Вид кухні	Наявність сирної тарілки в меню	Кількість сортів сиру на тарілці	Найбільш популярні сорти сиру
1	Stumari	Грузинська	Так	5	Сир пармеджан Parmigiano, камамбер, сирне асорті
2	Sazha	Європейська, центральноевропейська	Так	4	Моцарелла, брі, Дор блю, сирне асорті
3	Crocodile	Європейська	Так	4	Моцарелла, брі, камамбер, сирне асорті
4	La Spezia	Європейська, італійська	Так	5	Моцарелла, брі, Дор блю, сирне асорті
5	Simbiosi&Yappi	Італійська	Так	5	Pesto Verde Hollandburg, Брюност Гудбрандсдален, Ріккота, Брі, Дор Блю, камамбер
6	Chekhoff's	Європейська, українська	Так	5	Frico Chevette Mild 50%, камамбер, сирне асорті
7	VivaOlive Trattoria Суми	Європейська, італійська	Так	4	Моцарелла, брі, камамбер, сирне асорті
8	Verde by La Spezia	Японська, Американська, Європейська	Так	4	Моцарелла, брі, камамбер, сирне асорті
10	Puri Marili	Грузинська, Східноєвропейська	Так	4	Parmigiano Reggiano, Брюност Гудбрандсдален

Джерело: дослідження автора

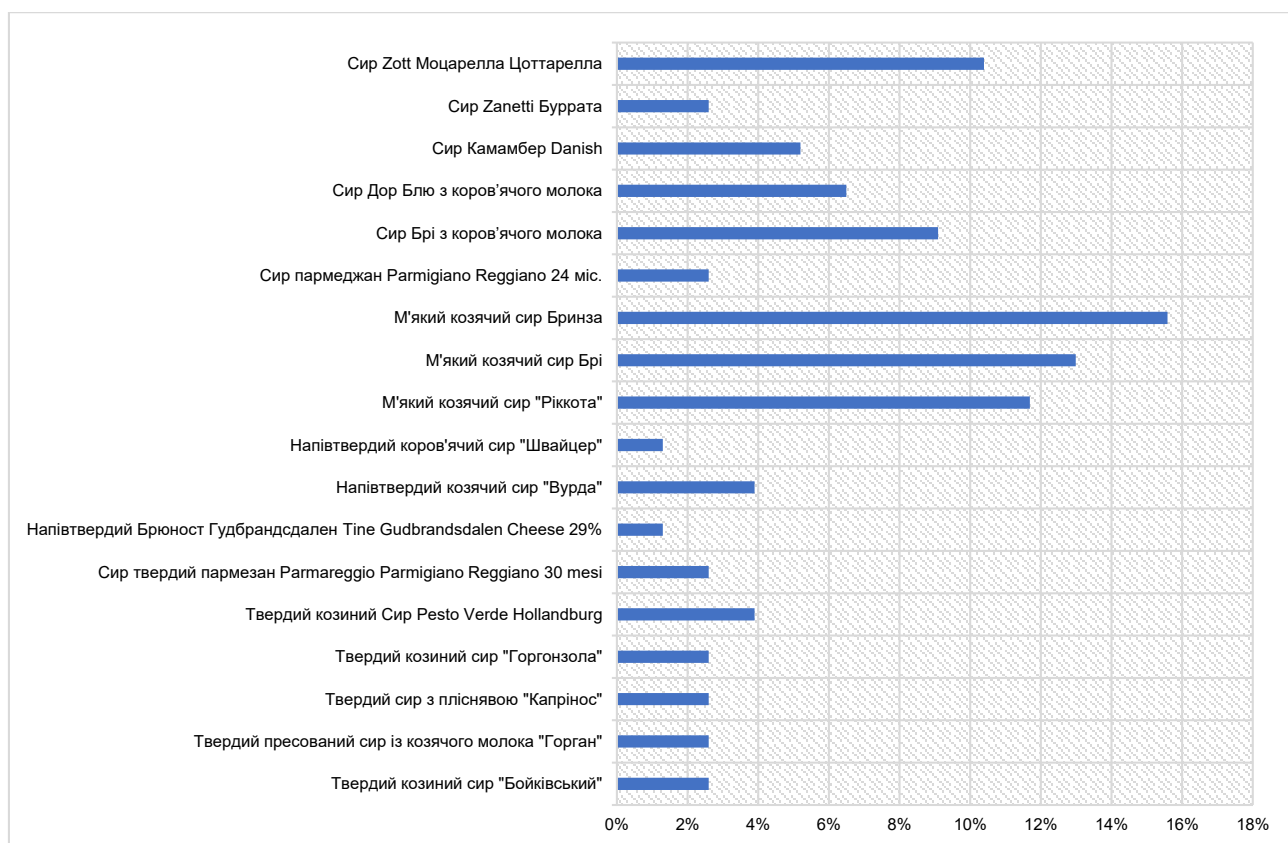


Рис. 2. Структура асортименту сортів сиру, представлених у складі сирних тарілок 10-ти ресторанів м. Суми, %

Джерело: побудовано автором

Найбільшу частку сирів у сирних тарілках становлять сорти Бринза (15%), Брі (13%), Ріккота (12%), Моцарелла (10%). Рідше в складі сирних тарілок присутні такі сорти як Буррата, Фета, Чедар і Сулугуні (біля 4%) відповідно в загальній структурі асортименту. Інші сорти

сиру представлені в одиночному варіанті і становлять по 1-2% відповідно.

Організація виробництва крафтового сиру передбачає створення умов для виробництва, збереження та реалізації, що забезпечують безпеку, а також високі орга-

нолептичні показники (зовнішній вигляд, смак і запах, консистенція, колір) [8].

Виготовлений і посолений сир може бути реалізований у свіжому (незрілому) вигляді або після деякої, іноді тривалої витримки (дозрівання) в певних температурно-вологісних умовах. У свіжому вигляді будуть реалізовуватися сири Буратта, Страчателла, Фокача, творожний сир Рікотта та інші [8; 9].

Проїшовши етап дозрівання, сири для зберігання направляються в холодильну камеру. Далі продукція поставляється або на виробництво в ресторані, або на реалізацію.

Виробники крафтової повинні розглянути можливість надання додаткової інформації через різні канали. Наприклад, сировари можуть використовувати картки біля своїх вітрин з сиром, які повідомляють про походження сиру – тварину, від якої він походить, дату доїння, використаний процес та витримку – цей канал можна доповнити особистими історіями, розказаними продавцем сиру (коли він не бере безпосередньої участі у продажах). Картки та інформацію можна роздрукувати як сувенірну продукцію, або ж спрямувати споживачів на веб-сайт, чи сторінку в соціальних мережах з більш детальною інформацією. Здатність надавати детальну особисту інформацію такого роду є унікальною для малих виробників, і ці виробники повинні скористатися унікальною можливістю розвивати повноцінний споживчий досвід, який вони надають [7, с. 295].

Оскільки вподобання споживачів змінюються, малі виробники повинні застосовувати такі підходи до управління своєю продукцією, які допоможуть їм виявити ці

унікальні можливості для диференціації та підвищення прибутковості власного виробництва.

**Висновки.** Результати дослідження свідчать про те, що ефективні маркетингові стратегії є важливими для успіху на ринку крафтової сільськогосподарської продукції. При здійсненні маркетингового аналізу крафтової сільськогосподарської продукції включають важливість орієнтації на конкретні сегменти ринку, розробку ефективного брендингу та упаковки, а також використання соціальних мереж та інших цифрових маркетингових каналів для охоплення споживачів. Крім того, пропозиція конкурентоспроможних цін та зручних каналів збуту може допомогти дрібним виробникам конкурувати на ринку.

Маркетинговий аналіз ринку крафтової сільськогосподарської продукції, представлений у цьому дослідженні, дає цінну інформацію про поведінку споживачів та ефективні маркетингові стратегії для малих виробників. Для просування сиру доцільно запустити інформацію на власній інформаційній сторінці, на власному-інтернет-порталі (інтернет-магазині), на сайті територіальної громади, інформаційних сторінках ресторанів, де покупці зможуть побачити фотографії сироварні, види сирів, вироблені на ній, а також приклади страв, які можна виконати з використанням цих сирів. Прочитати інформацію про сири, де будуть описані смак, аромат і текстура, а також поєднання певного сиру з іншими продуктами. Ознайомитися з ціною і вагою сиру, дізнатися про умови подальшого зберігання сиру. Також необхідно передбачити просування крафтової продукції в соціальних мережах.

#### Список використаної літератури:

1. Автентичні смаки Івано-Франківщини. Гастрономічний путівник. URL: <https://www.if.gov.ua/storage/app/sites/24/documentu-2021/gastronomichniy-putivnik-if.pdf>.
2. Данніков О. В. Вдосконалення процесу управління продажем з позицій маркетингового стратегічного планування. *Формування ринкової економіки*, 2014, Вип. 32. С. 91–103.
3. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Київ : ДУТ, 2019. 146 с.
4. Десятилетие семейных фермерских хозяйств организации объединенных наций 2019-2028. Глобальный план действий. URL: <http://www.fao.org/3/ca4672ru/ca4672ru.pdf>
5. Ірина Глотова. Minecraft для фермера: абетка розвитку дрібнооптового виробництва харчів. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/minesraft-dla-fermera-abetka-rozvitku-dribnooptovogo-virobnictva-harciv>.
6. Органік в Україні. URL: <http://organic.com.ua/organic-v-ukraini>.
7. Пилипчук В. П., Данніков О. В. Маркетинговий аналіз та оцінка ефективності продажу. *БІЗНЕСІНФОРМ*. 2016. № 3. С. 291–296.
8. Семко Т., Іваніщева О. Аналіз сучасного стану крафтового виробництва сирів в Україні з елементами НАССР. *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky*, Vol. 7, No. 3/2019. Pp. 92–94.
9. Фермери виготовляють унікальні сири з лавандою, м'ятою, з кавовою скоринкою, липою та вином. URL: <https://greenpost.ua/news/fermery-vygotovlyayut-unikalni-syry-z-lavandoyu-m-yatoyu-z-kavovoyu-skorynkoju-lypoyu-ta-vynom-foto-i29049>.
10. Штефаніч Д., Братко О., Дячун О., Лагоцька Н., Окрепкий Р. Маркетинговий аналіз. Тернопіль : Економічна думка, 2011, 267 с.
11. Данько, Ю. І., Блюмська-Данько, К. В., & Галинська, А. В. (2017). Маркетингова система формування конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Бізнес Інформ*, (1 (468)), 353–357.
12. Данько, Ю. І., & Слюсарєва, Л. В. (2020). Механізми управління конкурентоспроможністю в системі сталого розвитку аграрних підприємств. *Вісник Сумського національного аграрного університету*, (1 (83)), 87–92.

#### References:

1. Avtentychni smaky Ivano-Frankivshchyny. Nastronomichniy putivnyk. URL: <https://www.if.gov.ua/storage/app/sites/24/documentu-2021/gastronomichniy-putivnik-if.pdf>.
2. Dannikov O. V. Vdoskonalennia protsesu upravlinnia prodazhem z pozytsii marketynhovoho stratehichnoho planuvannia. *Formuvannia rynkovoї ekonomiky*, 2014, Vyp. 32. P. 91–103.

3. Darchuk V. H. Analiz ta planuvannya marketynhovoї diialnosti. Kyiv: DUT, 2019. 146 p.
4. Desiatyetye semeinykh fermerskykh khoziaistv orhanyzatsyy obedynennykh natsyi 2019-2028. Hlobalnyi plan deystvyi. URL: <http://www.fao.org/3/ca4672ru/ca4672ru.pdf>.
5. Iryna Hlotova. Minesraft dlia fermera: abetka rozvytku dribnooptovoho vyrobnytstva kharchiv. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/minesraft-dla-fermera-abetka-rozvitku-dribnooptovogo-virobnictva-harciv>.
6. Orhanik v Ukraini. URL: <http://organic.com.ua/organic-v-ukraini>.
7. Pylypchuk V. P., Dannikov O. V. Marketynhovyi analiz ta otsinka efektyvnosti prodazhu. *BIZNESINFORM*. 2016. № 3. P. 291–296.
8. Semko T., Ivanishcheva O. Analiz suchasnoho stanu kraftovoho vyrobnytstva syriv v Ukraini z elementamy NASSR. *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky*, Vol. 7, No. 3/2019. Rr. 92–94.
9. Fermery vyhotovliaiut unikalni syry z lavandoiu, miatoi, z kavovoiu skorynkoiu, lypoiu ta vynom. URL: <https://greenpost.ua/news/fermery-vygotovlyayut-unikalni-syry-z-lavandoyu-m-yatoyu-z-kavovoyu-skorynkoyu-ly-poyu-ta-vynom-foto-i29049>.
10. Shtefanych D., Bratko O., Diachun O., Lahotska N., Okrepkyi R. Marketynhovyi analiz. Ternopil: Ekonomichna dumka, 2011, 267 p.
11. Danko, Yu. I., Bliumska-Danko, K. V., & Halynska, A. V. (2017). Marketynhova systema formuvannya konkurentos-promozhnosti ahrarnykh pidpriemstv. *Byznes Inform*, (1 (468)), 353–357.
12. Danko, Yu. I., & Sliusareva, L. V. (2020). Mekhanizmy upravlinnia konkurentospromozhnistiu v systemi staloho rozvytku ahrarnykh pidpriemstv. *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu*, (1 (83)), 87–92.

**Viktoriia Kolodiazna**, Postgraduate Student, Sumy National Agrarian University

### **MARKETING ANALYSIS OF THE MARKET OF CRAFT AGRICULTURAL PRODUCTS**

*The article deals with issues of marketing analysis and opportunities for domestic production of craft agricultural products. The main marketing theories used to promote craft agricultural products are characterized, as well as the aspects of their practical application when conducting marketing research are considered. The algorithm of their application when conducting marketing analysis and determining the needs and preferences of consumers of craft agricultural products is given. The main types of craft agricultural products are presented and characterized. The results of the study of the domestic market of Ukraine in terms of producers of craft cheeses are displayed. The results of a marketing research on the possibility of selling craft cheeses on the example of the internal market of the regional center of Sumy are shown. The results of the research of the range of cheeses offered by the retail network and restaurants of the city of Sumy (using the cheese plate as an example) are given. It has been proven that the marketing analysis of craft agricultural products includes the importance of focusing on specific market segments, the development of effective branding and packaging, as well as the use of social networks and other digital marketing channels to reach potential consumers of craft products. It is concluded that effective marketing strategies are important for success in the market of craft agricultural products.*

**Key words:** craft production, craft products, marketing, marketing analysis, marketing theories, agricultural sector, market, segmentation, production technologies, sales channels.

*Дата надходження до редакції: 10.01.2023 р.*