

ТОВАРНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА З ВИРОБНИЦТВА СУХОФРУКТІВ

Соловійов А.О., учасник проекту «Норвегія-Україна. Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»
Коноваленко А.С., к.е.н., доцент кафедри маркетингу
*Таврійський державний агротехнологічний
університет імені Дмитра Моторного*

Все більшої популярності серед споживачів в Україні набувають тенденції популяризації здорової їжі, правильного харчування, свідомого вибору продуктів харчування у відповідності до потреб організму, заміна жирів тваринного походження на рослинні, збереження корисних речовин в ході термічної обробки, споживання натуральних продуктів, контроль складу продуктів харчування та якість інгредієнтів. Фахівці зазначають, що українські споживачів, обираючи продукти харчування, віддають перевагу безпеці харчування та користі їжі для здоров'я. Спостерігається зростання попиту на низькокалорійні продукти харчування з метою їх споживання для профілактики зайвої ваги, у тому числі на сухофрукти, які гармонійно доповнюють раціон людини протягом усього року. Зростає також попит на органічні продукти, які стають новим модним трендом.

Підприємство з виробництва сухофруктів має визначити асортимент продукції, яка планується до впровадження. Найменшу собівартість мають сухофрукти, виготовлені з яблук, винограду, слив, груші, вишні, абрикосів. Однією з характеристик товарної політики підприємства є якість продукції. Здебільшого показники якості сухофруктів залежать від сорту виготовлення (табл. 1).

Таблиця 1

Показники якості сухофруктів

Сорт виготовлення	Показник якості
Екстра	Оброблені цільні плоди абрикосів, без кісточки; цілі плоди сухофруктів із кісточкою; розрізані половинки сушених фруктів; чорнослив із додатковою термічною обробкою
Вищий сорт	Оброблені та необроблені абрикоси усіх груп та видів; жерделі; вишня, черешня, сливи; сушені зерняткові фрукти
Столовий	Сушка яблук та груш з дикорослих сортів, фрукти зерняткового сорту

Кожний різновид фруктів має свої особливості у технології обробки, тож це необхідно також врахувати при налагодженні виробництва.

До ключових споживачів сухофруктів є дорослі люди працездатного віку, які прагнуть додавати сухофрукти, як добавку до щоденного раціону.

Сухофрукти мають бути упаковані у герметичні, зручні та естетичні пакування різної ваги. Вибір упаковки для сухофруктів формується на основі обраної концепції, враховано, що упаковка має виконувати такі функції:

- захисна функція (упаковка сухофруктів має захищати продукт від впливу чинників зовнішнього оточення: вологи, повітря, пилу);

- інформаційна функція (на упаковці сухофруктів слід розмістити інформацію щодо походження продукту, шляхів її можливого використання, відомості про виробника, склад, вагу, цінність нутрієнтів тощо);

приваблення уваги споживачів.

Критеріями вибору пакування є зручність упаковки, економічність, екологічність, естетичність, ергономічність. Альтернативними варіантами пакування сухофруктів є застосування блістерів, які компоновані з крафтового паперу з поліетиленовими елементами.

Враховуючи орієнтири на різні сегменти споживачів, існує необхідність оцінити альтернативні варіанти пакування сухофруктів, а саме: виробництво окремих сухофруктів різних видів та створення асорті з різних видів сухофруктів, які користуються попитом серед споживачів як додатковий компонент до каш, йогуртів та у якості корисного перекусу.

Список літератури

1. Коноваленко А.С., Болтянська Л.О., Трачова Д.М. Від ідеї до власної справи: Навчальний посібник. Мелітополь: ВПЦ «Люкс», 2017. 278 с.

2. Коноваленко А.С. Технологічні чинники розвитку ринку продуктів харчування для дітей. *Агросвіт*, 2020. - Вип. 3. - С. 65-72. <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=3086&i=8>

Легеза Д.Г. Стратегічний розвиток сільськогосподарських підприємств в умовах євроінтеграції. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. Мелітополь, 2018. № 3(38). С. 123-136.