



УДК 339.138:641.1

<https://doi.org/10.31713/ve320237>

JEL: M21, Q12, D22

Безтелесна Л. І. ^[1: ORCID ID: 0000-0002-0262-9334],

д.е.н., професор,

Буткевич В. О. ^[1: ORCID ID: 0009-0007-7680-0134],

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня

¹Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЛОКАЛЬНОГО РИНКУ СУХОФРУКТІВ І СОЛОДОЩІВ

Розглянуто особливості розвитку ринку сухофруктів на національному і місцевому ринках. Досліджено розвиток ринку шляхом аналізу виробництва, споживання, імпорту сухофруктів до України. Проаналізовано тенденції розвитку складових ринку сухофруктів, а саме ціни та асортимент найпопулярніших видів. Зроблено висновок, що розвиток вітчизняного ринку відбувається завдяки зростанню споживання сухофруктів через збільшення обізнаності населення про корисність їх для здоров'я. Доведено, що обсяги національного виробництва сухофруктів не можуть задовольнити існуючий внутрішній попит, що обумовлює їх значний імпорт. Наведено і проаналізовано асортимент та ціну місцевих виробників солодощів з вмістом сухофруктів. Надано рекомендації щодо подальшого розвитку українського ринку солодощів, які використовують сухофрукти. Запропоновано збільшити ринкову пропозицію цукерок з вмістом сухофруктів шляхом власного виробництва вітчизняними підприємств за рахунок застосування сучасних маркетингових технологій, а також нарощування обсягів їх продажів онлайн.

Ключові слова: сухофрукти; пропозиція; виробництво; споживання; імпорт; ціни; конкуренція; маркетинг.

У сучасному світі стрімко змінюються спосіб життя людей, а одним із пріоритетних трендів є здорове, правильне харчування, про яке зараз все більше людей задумуються, і стан здоров'я, що обумовлює збільшення попиту на сухофрукти, а отже, швидке зростання вітчизняного ринку.

Проблемі аналізу ринку сухофруктів в Україні присвячена праця [1], у якій автори визначають потенціал національного ринку, аналізують обсяги експорту та імпорту продукту, демонструють споживчі переваги покупців на ринку м. Харкова та роблять висновок, що зважаючи на вартісну складову виробництва сухофруктів його розвиток є проблематичним. У праці [2] автори доводять, що

внутрішній ринок плодово-овочевої продукції має значний експортний потенціал, окреслюють проблеми та перешкоди для його майбутнього. Автори джерела [3] стверджують, що третина українців слідкує за своїм здоров'ям і готова платити високу ціну за придбання солодошів із вмістом натуральних складників.

Проте, не заперечуючи актуальності проведених досліджень, вважаємо за доцільне проаналізувати і продемонструвати тенденції розвитку ринку сухофруктів і солодошів на локальному рівні, що й стало предметом нашого дослідження.

Сухофрукти – це корисна та досить популярна закуска, яка є корисною для здоров'я та чудовою заміною для традиційних солодошів. Сухофрукти є джерелом різноманітних вітамінів, мінералів і антиоксидантів, що робить їх важливою частиною здорового харчування. Більшість споживачів віддають перевагу сухофруктам за їх високу харчову цінність, довгий термін зберігання та корисність для здоров'я. Найпоширеніші види сухофруктів, які користуються популярністю – курага, чорнослив, фініки, манго, яблука та інші види.

Проведений аналіз ринкової пропозиції в Україні дає право стверджувати, що вона представлена в основному продукцією іноземного виробництва з широким асортиментом сухофруктів різних сортів і смаків, що може впливати на внутрішніх виробників ринку [4]. Так, 95% продукції на ринку має іноземне походження. Імпортерами цієї продукції є близько 150 українських компаній. Основним постачальником сухофруктів в Україні у 2013 році є Іран з часткою 46%. Також великими імпортерами є інші східні країни: Туреччина, Узбекистан, Афганістан та Індія. Варто зазначити, що більша частка продукції завозиться з далекого зарубіжжя – США, Чилі та Аргентини.

Причиною того, що українська продукція рідко зустрічається на ринку, є висока вартість самого процесу сушіння фруктів, яка майже на рівні закупівельної ціни імпортерів. Довгий час ринок сухофруктів в Україні взагалі не розвивався, а продукцію можна було купити лише на ринках чи овочевих магазинах, до того ж, асортимент був дуже обмежений. Зараз сухофрукти представлені у всіх сегментах роздрібної торгівлі, а асортимент значно зріс і включає різноманітні екзотичні та тропічні фрукти різних видів. Поряд з традиційними видами сухофруктів все більшою популярністю користуються рідкісні види продукції. Вихід українського ринку сухофруктів із кризи затягнувся до 2010 року, коли його ємність скоротилася на 7,6%. Вже 2011 року показники значно зросли – майже на 30%, і надалі ємність ринку лише зростала (рисунок) [5]. У період 2015–2018 рр. і дотепер спостерігається позитивна тенденція збільшення ринку сухофруктів в



Україні. Загальний обсяг імпорту сухофруктів у 2020 р. досяг 27,9 тис. тон [6].



Рисунок. Динаміка виробництва сушених ягід, фруктів та овочів в Україні, тонн

Місцеві виробники розширюють свої потужності та модернізують технології сушіння і обробки фруктів, що згодом дозволяє забезпечувати якісну та конкурентоспроможну продукцію (солодощі) вітчизняного виробництва.

Проведене дослідження ринку сухофруктів на локальному рівні у м. Рівне у квітні-травні 2023 р. дає право стверджувати, що він представлений мережею роздрібної торгівлі, а саме магазинами з торговими марками: «Есотека», «Східні фрукти», «Пряна скриня», «Фісташка», «Фруктовий сад». Окрім того, майже в кожному супермаркеті є точки з продажем різних видів сухофруктів. Ринкова пропозиція сухофруктів за найпопулярнішим асортиментом, країною походження і ціною відображена у табл. 1.

Таблиця 1

Ціна на найпопулярніші сухофрукти в Рівненських магазинах

№	Вид (країна виробник)	Упаковка, г	Ціна, грн
1.	Курага (Туреччина)	180	200
2.	Чорнослив (Іран, Узбекистан)	150	200
3.	Манго сушене (Таїланд)	250	165
4.	Фініки (Ізраїль)	500	160

Цілком зрозуміло, що кліматичні умови країн-імпортерів сухофруктів придатніша для вирощування і сушіння, що дає можливість значно заощадити на процесі їх виробництва. Але попри не дуже вигідні для виробництва сухофруктів умови, в нашій місцевості все ж таки національні виробники складають конкуренцію імпортерам. Зокрема, вони використовують сухофрукти як сировину для виробництва шоколадних цукерок з сухофруктами. Так,

гощанський завод продтоварів «Пригощайся» неабияк цінується за це на ринку. Адже шоколад в чистому вигляді містить багато глютеїну, що не дуже корисно для людського здоров'я, а додавши до нього сухофрукти та горіхи – отримуємо зовсім новий продукт, який не тільки смачний, але й корисніший. Дубенська компанія «Аметист плюс» теж є гравцем на цьому ринку.

Завод продтоварів «Пригощайся» розташований у смт Гоща та має фізичну адресу: вулиця Рівненська, 19, Гоща, Рівненська область, 35400. Ця кондитерська фабрика уже 10 років працює та розвивається в ніші солодоців та цукерок. Фабрика має великі, чисті цехи і сучасне обладнання, що сприяє виготовленню смачної продукції, яка відповідає всім міжнародним стандартам якості. Кондитерські вироби мають сертифікати ISO22000 і HALAL. Більшість цукерок на фабриці робиться вручну професійними майстрами кондитерського мистецтва. Фабрика має фірмові магазини в різних містах, зокрема у Києві, Рівному, Нетішині, Гощі [7]. Також наявний сайт для онлайн покупок : <https://gzpt.com.ua/>

Історія компанії «Аметист плюс» почалася у 2005 році, коли Анатолій Мартинюк, засновник компанії, вирішив розпочати цукерковий бізнес у місті Дубно. На підприємстві діють два цехи зі своїми окремими лініями: в першому виготовляють горіхові різновиди цукерок, у другому – цукерки із сухофруктів. Щороку підприємство розширює лінійку продукції новими смаками, проводить різні експерименти із смаками, рецептурами та формами, що допомагає залучати все більшу цільову аудиторію. Підприємство зацікавлює потенційних клієнтів не лише смаком, а й різними цікавими наборами. Вони створили сувенірні набори, кожен з яких є гідним подарунком навіть іноземному гостю чи діловому партнеру: «Рідна Україна», «Богдан Хмельницький», «Львів», «Вітання з Гуцульщини», «Ах, Одеса» [8]. Фізична адреса підприємства: вулиця Семидубська, будинок 85, місто Дубно, Рівненська область, Україна, 35600. Ця компанія робить пріоритет на онлайн-продажах, адже фізичних магазинів лише два – у м. Рівне та м. Дубно.

Сайти для онлайн-покупок :

- <https://rozetka.com.ua/section/konfety/producer=ametist-plyus/>
- <https://prom.ua/ua/Konfety-ametist-plyus.html>
- <https://okvej.com.ua/konfety-ametist-plus/>
- <https://filizhanka.com.ua/products/shokolad/proizvoditel=ameti-st-plyus/>



«Аметис плюс» – це понад 10 років успіху, адже досвідчені кондитери створюють неймовірно смачні та корисні ласощі, зберігаючи при цьому усю палітру вітамінів, що дарує сама природа.

У дослідженні було проведено порівняльну оцінку цінових пропозицій місцевих виробників солодоців з вмістом сухофруктів (табл. 2). Однозначно, що продукція гощанських виробників, значно дорожча від дубенських [9].

Таблиця 2

Порівняльна оцінка цінових пропозицій виробників цукерок з сухофруктами

№	Торгова марка, місце розташування виробника	Продукт – цукерки шоколадні	Вартість, грн/кг
1.	«Пригощайся», м. Гоща, Рівненська обл.	курага/чорнослив	380
		«Банан»	350
		«Курага з горіхом»	330
		«Асорті 33»	280
2.	«Аметист плюс», м. Дубно, Рівненська обл.	«Інжир з горіхом»	340
		«Грильяз з журавлиною»	230
		«Фініки з горіхом»	260
		«Чорнослив»	250

Зрозуміло, що конкурувати на ринку виробники можуть шляхом знаходження нових форм і способів представлення сухофруктів, які є універсальними продуктами, які можна вдало та цікаво поєднувати та комбінувати. Останнім часом набирають популярності букети із сухофруктів, подарункові набори, стилізовані набори відповідно до свята, пастила, різні набори зі східними солодоцями. Наприклад, подарунковий набір до дня народження в «Пригощайся» коштує від 350 до 600 гривень, набір цукерок «Асорті » коштує 300 грн/пачка, набір цукерок «Асорті» від «Аметис плюс» коштує 270 грн/пачка, пастила 350 грн за 200 г. Отже, на ринку виробники конкурують як ціною, так і формою подання товару.

Загалом, ціни досить високі на певні види сухофруктів, а особливо при їх традиційній купівлі, а здешевлення покупок можливе при користуванні онлайн-платформами, що має дуже багато інших переваг. Ціни на сухофрукти в інтернеті більш помірні та конкурентоспроможні, крім того, в онлайн-магазинах можна використовувати промокоди або отримувати знижки в періоди розпродаж (табл. 3).

Окрім того, онлайн-магазини надають ширший вибір, що неабияк приваблює поціновувачів екзотичних або тропічних фруктів. Це дуже зручно, адже замовлення сухофруктів дозволяє зробити покупку з будь-якого місця, де є доступ до інтернету, що суттєво економить час і зусилля покупців та розширює можливості вибору асортименту.

Таблиця 3

Ціна на найпопулярніші сухофрукти в онлайн-магазинах

№	Найменування	Упаковка, г	Ціна, грн
1.	Курага (Узбекистан)	500	150
2.	Чорнослив (Україна)	1000	150
3.	Мікс з сухофруктів, цукатів та горіхів (Іран)	500	215
4.	Букет із сухофруктів	500	500
5.	Пастила	150	175

Загалом, динаміка зростання ринку сухофруктів в Україні є позитивною, але ще існує потенціал для подальшого розвитку. Для того, щоб збільшити пропозицію національних виробників на цьому ринку варто детально аналізувати внутрішній та зовнішній ринок, для того, щоб розробити ефективну стратегію позиціонування і просування продукції та знайти можливі шляхи для розвитку та вдосконалення своєї продукції. Варто розвивати цей бізнес також і в онлайн-просторі, адже це дає можливість збільшувати споживчий попит шляхом приваблення значно більшої кількості клієнтів та має значні переваги. Продажі сухофруктів в інтернеті є більш популярними, адже продукція має значно нижчу ціну та більший асортимент, що дає право споживачу робити значно ширший вибір та купівлю.

Також, аби вдало реалізувати продукцію, потрібно детально проаналізувати та побудувати маркетингову кампанію. Для ефективного маркетингу необхідно ретельно вивчити цільову аудиторію та її потреби. Дослідження ринку може надати інформацію про переваги для споживачів, ставлення до сухофруктів, моделі споживання та очікування.

Створення привабливого бренду та якісної упаковки може допомогти виділитися серед конкурентів і привернути увагу споживачів. Привернення уваги до продукту за допомогою цікавого дизайну упаковки може збільшити його привабливість для споживачів.

Використання ефективних каналів маркетингової комунікації, таких як реклама, соціальні медіа та інтернет-маркетинг, може



допомогти підняти ринок сухофруктів. Проведення рекламних кампаній, співпраця з впливовими особами та блогерами можуть допомогти підвищити обізнаність та зацікавленість серед споживачів.

Акції, спеціальні пропозиції та знижки можуть заохотити споживачів спробувати сухофрукти та стати постійними клієнтами. Це може включати знижки для перших покупців, програми лояльності або пакетні пропозиції.

Постійне дослідження ринкових тенденцій, змін споживчих уподобань і запитів може допомогти скоригувати маркетингові стратегії та підвищити конкурентоспроможність ринку сухофруктів.

Отож, проведене дослідження ринку сухофруктів в Україні дає підстави стверджувати таке:

- 1) ємкість ринку щорічно зростає;
- 2) переважна кількість сухофруктів на внутрішній ринок імпортується вітчизняними компаніями;
- 3) вітчизняні виробники також є постачальниками і їх присутність на ринку щорічно зростає. Бізнес з виробництва солодоців використовує сухофрукти як сировину для виробництва своєї готової продукції, зменшуючи таким чином вживання глютеїну і роблячи більш кориснішим споживання солодоців;
- 4) продавці сухофруктів знаходять нові форми їх продажу, оформляючи нові композиції та пакування;
- 5) наростає цінова конкуренція та розвивається інтернет-торгівля.

1. Гапонцева О. В., Скоробогатько В. І. Аналіз ринку сухофруктів в Україні. 2020.
2. Нікішина О. В., Лозова Т. П. Сучасний стан розвитку внутрішньої та зовнішньої логістики ринку плодово-ягідної продукції України. *Актуальні проблеми сучасного управління в соціально-економічних, гуманітарних та технічних системах* : зб. наук. праць за матеріалами XVII Міжнародної наук.-практ. конф. (19 листопада, 2021 р., м. Одеса) / Міжрег. Академія управління персоналом. 2021. Одеса : Лерадрук, 2021. С. 37–49.
3. Архипова В. І., Язвінська Н. В. Сучасні тренди ринку натуральних солодоців. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи*. 2021. С. 146–147.
4. Дослідження аналітичної компанії Pro Capital Group. URL: <https://proconsulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-suhofruktov-ukrainy-2019-god> (дата звернення: 01.09.2023).
5. Дослідження аналітиків Pro-Consulting. URL: https://pro-capital.ua/press_center/expert/ryнок-sukhofruktov-v-ukrainie-imeet-znachitelnyy-potentsial/ (дата звернення: 01.09.2023).
6. Дані державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 10.09.2023).
7. URL: <https://gzpt.com.ua/o-nas/> (дата звернення: 01.09.2023).
8. URL: <http://chocco-via.com.ua/pro-kompaniyu/> (дата звернення: 01.09.2023).
9. URL: <http://chocco-via.com.ua/> (дата звернення: 01.09.2023).

REFERENCES:

1. Hapontseva O. V., Skorobohatko V. I. Analiz rynku sukhofruktiv v Ukraini. 2020.
2. Nikishyna O. V., Lozova T. P. Suchasnyi stan rozvytku vnutrishnoi ta zovnishnoi lohistyky rynku plodovo-yahidnoi produktsii Ukrainy. Aktualni problemy suchasnoho upravlinnia v sotsialno-ekonomichnykh, humanitarnykh ta tekhnichnykh systemakh : zb. nauk. prats za materialamy XVII Mizhnarodnoi nauk.-prakt. konf. (19 lystopada, 2021 r., m. Odesa) / Mizhreh. Akademiia upravlinnia personalom. 2021. Odesa : Leradruk, 2021. S. 37–49.
3. Arkhypova V. I., Yazvinska N. V. Suchasni trendy rynku naturalnykh solodoshchiv. Biznes, innovatsii, menedzhment: problemy ta perspektyvy. 2021. S. 146–147.
4. Doslidzhennia analitychnoi kompanii Pro Capital Group. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-suhofruktov-ukrainy-2019-god> (data zvernennia: 01.09.2023).
5. Doslidzhennia analitykiv Pro-Consulting. URL: https://pro-capital.ua/press_center/expert/rynok-suhofruktov-v-ukraine-imeet-znachitelnyy-potentsial/ (data zvernennia: 01.09.2023).
6. Dani derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (data zvernennia: 01.09.2023).
7. URL: <https://gzpt.com.ua/o-nas/> (data zvernennia: 01.09.2023).
8. URL: <http://chocco-via.com.ua/pro-kompaniyu/> (data zvernennia: 01.09.2023).
9. URL: <http://chocco-via.com.ua/> (data zvernennia: 01.09.2023).

Beztelesna L. I. ^[1: ORCID ID: 0000-0002-0262-9334],
Doctor of Economics, Professor,
Butkevych V. O. ^[1: ORCID ID: 0009-0007-7680-0134],
Senior Student

¹*National University of Water and Environmental Engineering, Rivne*

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC PRINCIPLES OF THE DEVELOPMENT OF THE LOCAL MARKET OF DRIED FRUITS AND SWEETS

It is justified that the modern trend of healthy eating encourages people to consume food rich in vitamins, minerals and antioxidants, which are rich in dried fruits. From here, the demand for dried fruit is increasing and the market supply is struggling to meet it. The paper analyzes the market offer in Ukraine, which gives the right to claim that it is mainly represented by products of foreign production (95%) with a wide range of dried fruits of various varieties and tastes, which can affect the domestic producers of the market.

About 150 Ukrainian companies are importers of these products. The main supplier of dried fruits in Ukraine since 2013 is Iran with a share of 46%. Other eastern countries are also big importers: Turkey, Uzbekistan, Afghanistan and India. Most of the products are imported from far abroad – the USA, Chile and Argentina. It was established that in the period 2015-2018 and until now, a positive trend of increasing the dried fruit market in Ukraine



has been observed. The total volume of dried fruit imports in 2020 reached 27.9 thousand tons.

The work investigated the local market of dried fruits and the production and sale of sweets containing them. Based on a survey of the local market, a list of brands, producer countries, importers of dried fruits and their prices is given. It has been proven that local producers are developing the production of dried fruits and sweets with their content.

The paper analyzes the price offer of two local producers of sweets with dried fruit content, namely: Goshchanskyi Zavod Prodtovarov, trademark «Prygoshchaysya» and Duben company «Ametys Plus». It has been established that Goshchan sweets are more expensive than Dubeni sweets. At the same time, an analysis of the prices of the most popular dried fruits in online stores was conducted. It has been proven that local producers of sweets successfully use various means of selling their products, from the organization of branded stores to online sales, but at the same time they create new ways and forms of product presentation, such as souvenir sets, bouquets.

Keywords: dried fruits; supply; production; consumption; import; prices; competition; marketing.

Отримано: 03 вересня 2023 року
Прорецензовано: 08 вересня 2023 року
Прийнято до друку: 29 вересня 2023 року