

Розглянуто переваги збагачених напоїв у порівнянні з нектарами традиційних технологій для виявлення технологічних факторів розвитку ринку. Приведена технологія виробництва наповнювачів, яка заснована на нетепловому фізичному відділенні частки води з яблучних вичавок і гарбуза, та збагачених напоїв на їх основі. Розглянуто застосування SWOT-аналізу для просування збагачених напоїв на ринку

Ключові слова: SWOT-аналіз, збагачені напої, нетеплове концентрування, стратегічні рішення, загрози просування, споживач

Рассмотрены преимущества обогащенных напитков по сравнению с нектарами традиционных технологий для выявления технологических факторов развития рынка. Приведена технология получения наполнителей, основанная на нетепловом физическом отделении части воды из яблочных выжимок и тыквы, и обогащенных напитков на их основе. Рассмотрено применение SWOT-анализа для продвижения обогащенных напитков на рынке

Ключевые слова: SWOT-анализ, обогащенные напитки, нетепловое концентрирование, стратегические решения, угрозы продвижения, потребитель

ЗАСТОСУВАННЯ SWOT-АНАЛІЗУ ПРИ РОЗРОБЦІ ТА ПРОСУВАННІ ЗБАГАЧЕНИХ НАПОЇВ

І. А. Устенко

Кандидат технічних наук, доцент
Кафедра маркетингу,
підприємництва і торгівлі
Одеська національна
академія харчових технологій
вул. Канатна, 112,
м. Одеса, Україна, 65039
E-mail: gross75ustenko@mail.ru

1. Вступ

Розробка нової продукції становить найважливішу частину стратегії розвитку для підприємств харчової промисловості [1]. В умовах високої конкурентної боротьби та швидкої мінливості ринку для виробників не є достатнім випустити новий продукт, який відповідає нормативним вимогам, і вдало його рекламувати, необхідно наділяти свій продукт максимальними споживчими якостями, що буде спонукати споживача купувати саме цю продукцію [2].

В основі концепції здорового харчування переважають функціональні продукти. Це продукти, які, не порушуючи збалансованість раціону, містять гарантовану оптимальну кількість певних речовин для підвищення опірності організму до шкідливої дії навколишнього середовища, обмеження накопичення токсинів в організмі, прискорення їх виведення.

Найбільш поширеними нутрієнтами є харчові волокна, мінеральні речовини, антиоксиданти. Саме плоди є природним джерелом цих фізіологічно активних речовин та складають основу здорового харчування [3].

Збагачення напоїв харчовими волокнами, вітамінами, макро- і мікроелементами – один з перспективних шляхів раціоналізації харчування людини. Це зв'язане з тим, що вони отримують усе більшого поширення і рівень їх споживання в Україні безупинно росте.

Тому на сьогодні є актуальною розробка стратегії розвитку взагалі харчової промисловості та просування на ринок нових продуктів з поліпшеними споживчими властивостями. Використання технології SWOT-аналізу маркетинговою службою при оцінці основних конкурентів-товарів, створює чудові пе-

редумови для розробки тактики конкурентної боротьби і забезпечення конкурентних переваг свого продукту.

2. Аналіз літературних даних та постановка проблеми

У багатьох країнах великий інтерес проявляють до добавок рослинного походження, що містять есенціальні речовини, такі як вітаміни, макро- і мікроелементи, поліненасичені жирні кислоти, харчові волокна [4]. Недостатній вміст в раціоні джерел харчових волокон – фруктів і овочів, продуктів, які містять незбиране зерно, борошно грубого помелу, висівки – призвело до поширення різних порушень обміну речовин.

На практиці визначені основні проблеми концентрування пюре і показана доцільність пошуку інших способів концентрування для розробки технології фруктових та овочевих наповнювачів [5, 6]. У соках лімітовано вміст харчових волокон та інших біологічно активних речовин, і обумовлене це недостатнім рівнем цих сполук у вихідній сировині. Отже, склад соків і напоїв на їх основі потребує збагачення.

Збагачення напоїв харчовими волокнами та іншими природними або ідентичними біологічно активними речовинами – один з актуальних і перспективних шляхів розробки оздоровчого харчування сучасної людини.

На підставі експериментальних і теоретичних досліджень розроблено технологію фруктових та овочевих наповнювачів з підвищеним вмістом пектинових речовин, целюлози, геміцелюлоз і β-каротину з свіжих яблучних вичавок і гарбуза на основі нетеплового концентрування [7–9]. Запропоновані наповнювачі

можна використовувати при виробництві збагачених напоїв [10].

Відповідно до моделі розробки нового харчового продукту з поліпшеними споживчими властивостями [11] одним з етапів створення конкурентоспроможних збагачених напоїв є доведення їх до споживача. Значення даного етапу важко переоцінити, тому що без нього втрачають зміст усі попередні етапи по створенню нового продукту. Це пояснюється тим, що виробник харчової продукції повинен не тільки виробити продукт із поліпшеними споживчими властивостями, але також розробити і впровадити всі необхідні заходи щодо ефективного доведення збагачених напоїв до споживача.

Можна сказати, що ефективний запуск продукту – основний етап для досягнення найкращого результату і, найчастіше, це найдорожчий етап у розробці нового продукту. Незважаючи на його важливість, ризики та пов'язані з ним витрати, проблема запуску продукту залишається недостатньо вивченою [12]. Технологічні фактори є однією з чотирьох компонентів PEST-аналізу. Метою їх досліджень є виявлення тенденцій в технологічному розвитку, які є причинами змін та втрат ринку, а також появи нових продуктів [13, 14].

Плоди містять 80...90 % води, 8...15 % розчинних речовин (цукри, кислоти та інші), 2...4 % нерозчинних речовин, які зосереджені в клітинних стінках м'якоті [4]. Саме нерозчинні компоненти фруктів і овочів в найбільшій мірі проявляють фізіологічну дію на організм людини. При вмісті 3 % нерозчинних сухих речовин в плодах для проявлення фізіологічних ефектів необхідно щодня споживати майже 1 кг свіжих фруктів і овочів. Але це не завжди можливо. Тому концентрування м'якоті фруктів та овочів на сьогодні є актуальним. Концентровані наповнювачі можуть використовуватися як сировина або напівфабрикати для виробництва нектарів з м'якоттю, різних кремів, фруктових йогуртів, кондитерських виробів.

Сучасні технології виробництва наповнювачів засновані на щадному фізичному відділенні певної частки води [5, 6]. Наступні дослідження, спрямовані на зменшення здатності пектинових речовин утримувати гідратну воду, є актуальними. Це можливо за рахунок перетворення високометоксильованого пектину в низькометоксильований, який має низьку розчинність у воді (соці) [7–9]. Водоутримна здатність такого пектину знижується, і гідратна волога легко відділяється при звичайному пресуванні, центрифугуванні. Ці властивості низькоетерифікованих пектинових речовин були покладені в основу одержання фруктових та овочевих наповнювачів з яблучних вичавок, гарбуза нетепловим способом концентрування за допомогою обробки гідроксидом кальцію. Запропоновані фруктові та овочеві наповнювачі можна використовувати при виробництві збагачених напоїв [10].

Відповідно до моделі розробки нового харчового продукту з поліпшеними споживчими властивостями [11] одним з етапів створення конкурентоспроможних збагачених напоїв є доведення їх до споживача. Значення даного етапу важко переоцінити, тому що без нього втрачають зміст усі попередні етапи по створенню нового продукту. Це пояснюється тим, що виробник харчової продукції повинен не тільки виробити продукт із поліпшеними споживчими властивостями,

але також розробити і впровадити всі необхідні заходи щодо ефективного доведення збагачених напоїв до споживача.

Можна сказати, що ефективний запуск продукту основний етап для досягнення найкращого результату і, найчастіше, це найдорожчий етап у розробці нового продукту. Незважаючи на його важливість, ризики та пов'язані з ним витрати, проблема запуску продукту залишається недостатньо вивченою [12]. Технологічні фактори є однією з чотирьох компонентів PEST-аналізу. Метою їх досліджень є виявлення тенденцій в технологічному розвитку, які є причинами змін та втрат ринку, а також появи нових продуктів [13, 14].

3. Ціль та задачі дослідження

Проведені дослідження ставили за мету розробити тактику конкурентної боротьби і забезпечити конкурентні переваги збагачених напоїв методом SWOT-аналізу для просування нового продукту.

Для досягнення поставленої мети вирішувалися наступні задачі:

- порівняти розроблені технології фруктових та овочевих соковмісних напоїв стабільної консистенції на основі наповнювачів з яблучних вичавок і гарбуза з підвищеним вмістом харчових волокон, каротину, кальцію з нектарами, отриманими за традиційними технологіями;
- визначити сильні та слабкі сторони розробленої продукції;
- скоректувати технологію виробництва напоїв під потреби споживача;
- скласти матрицю SWOT-аналізу;
- визначити основні напрямлення для ефективного просування збагачених напоїв на ринку безалкогольної продукції.

4. Матеріали та методи дослідження споживчих властивостей та складання матриці SWOT-аналізу

4. 1. Досліджувані матеріали, що використовувались в експерименті

При відпрацюванні та коректуванні технології виробництва збагачених соковмісних напоїв використовували розроблені фруктові та овочеві наповнювачі з яблучних вичавок і гарбуза.

У присутності іонів Ca^{2+} відбувається зміцнення тканини м'якоті та зниження її пластичних властивостей за рахунок утворення кальцієвих солей пектинових кислот. Ця властивість була використана при розробці нетеплового способу концентрування наповнювачів. При концентруванні паралельно йде збагачення фруктового й овочевого наповнювачів зв'язаними іонами кальцію.

У розроблених збагачених соковмісних напоях фруктова та овочева м'якоть складаються з целюлози, геміцелюлоз, пектинових речовин. У тонкоподрібненому стані ці речовини забезпечують формування консистенції, текстури і є фізіологічно активними харчовими добавками [15, 16]. У готовому збагаченому напої мінімальна частка плодової частини становить 25 %.

Технологія отримання збагачених напоїв включає наступні основні стадії:

- додавання до соку наповнювача, цукрового сиропу, лимонної кислоти;
- витримування 10 хв. для набухання наповнювача;
- гомогенізація для стабілізації напою;
- підігрівання;
- фасування.

4. 2. Методика дослідження споживчих властивостей збагачених напоїв та складання матриці SWOT-аналізу

Для порівняння розроблених фруктових та овочевих соковмісних напоїв з нектарами, отриманими за традиційними технологіями, досліджували їх споживчі властивості. При цьому використовували комплекс сучасних фізико-хімічних, хімічних, біологічних, органолептичних і математичних методів, викладених у відповідних стандартах і методиках технохімічного і мікробіологічного контролю консервного виробництва.

Для складання матриці SWOT-аналізу визначали сильні та слабкі сторони розробленої продукції. SWOT – це абревіатура англійських слів: strengths – сила, weaknesses – слабкість, opportunities – можливості, threats – загрози (рис. 1). Застосування SWOT-аналізу дозволяє систематизувати всю наявну інформацію і при ясній картині ухвалювати зважені рішення, які стосуються просування товару. Даний аналіз дозволяє визначити сильні та слабкі сторони товару, можливості та загрози для подальшого просування збагачених напоїв на ринку. Методика SWOT-аналізу припускає максимально повний збір і аналіз інформації про товар. Технічно аналіз зводиться до правильного заповнення матриці (рис. 1), яка містить 4 квадранти [17, 18].

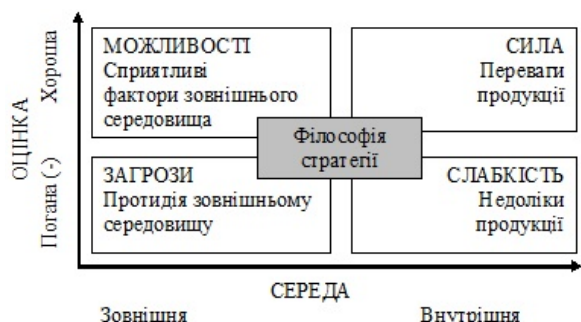


Рис. 1. Матриця первинного стратегічного аналізу

У відповідні квадранти матриці необхідно занести сильні і слабкі сторони товару, а також ринкові можливості і загрози.

5. Результати досліджень споживчих властивостей збагачених напоїв та складання матриці SWOT-аналізу

Харчова цінність плодівих соків на ряду з наявністю в них вітамінів, мінеральних речовин і поліфенолів залежить від вмісту харчових волокон. Соки з м'якоттю містять усі колоїдні речовини і тонкоподрібнену м'якоть плодів, за складом близькі до початкової си-

ровини, їх часто називають рідкими плодами і тому за своєю цінністю перевищують освітлені соки. Відновлені соки, нектари та напої належать до числа найбільш перспективних харчових систем, які дозволяють створювати та розширювати асортимент продуктів, що володіють оздоровчим ефектом.

Так, масова частка кальцію у свіжих яблучних вичавках становила близько 0,45 мг/100 г, а після обробки 0,1 % розчином гідроксиду кальцію протягом 3 хв – 4,7 мг/100 г. Вміст кальцію в м'якоті гарбуза становить 40 мг/100 г, а після обробки протягом 30 хв – 520 мг/100 г.

Зв'язування пектинових речовин м'якоті іонами Ca^{2+} призводить до вивільнення зв'язаної вологи та легкого її відділення при пресуванні суміші.

Загальна порівняльна характеристика сировини та наповнювачів наведена в табл. 1.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика сировини та наповнювачів

Хімічний склад	Яблучні вичавки	Фруктовий наповнювач	Свіжий гарбуз	Овочевий наповнювач
Сухі речовини, %	19,0	35,4	11,8	46,0
Цукри, %	–	–	4,4	6,4
Білок, %	–	–	0,9	5,5
Ліпіди, %	1,9	6,3	–	–
Крохмаль, %	0,8	2,6	0,8	2,8
Целюлоза, %	1,7	5,6	1,8	10,9
Геміцелюлози, %	3,4	11,3	1,5	7,1
Пектинові речовини, %:	2,5	8,0	1,9	5,9
– розчинний пектин	0,3	0,2	0,6	0,2
– протопектин	2,2	7,8	1,3	5,7
– ступінь етерифікації, %	73,2	38,4	65,0	38,8
Зола, %	0,4	1,6	0,5	7,4
Кальцій, мг/100 г	0,45	4,7	40	520
Бета-каротин, мг/100 г	–	–	17,5	98,0

Досліджено якість наповнювачів при зберіганні. Продукт, фасований у поліетиленові пакети місткістю 1 дм³, зберігався у замороженому стані при температурі –18 °С протягом 9 міс.

Полісахариди піддаються найменшим змінам при заморожуванні. Масова частка пектинових речовин під час зберігання змінилася не суттєво. Поясненням отриманому є те, що при даній температурі зберігання вплив дії ферментів знижується. Значення активної кислотності після 9 міс. зберігання змінюється в сторону кислого середовища з рН 4,0 до 3,9. Загальна кислотність заморожених наповнювачів збільшується з 0,40 до 0,66 % (в перерахунку на яблучну кислоту), що пояснюється гідролізом пектинових речовин з утворенням продуктів кислотного походження.

Запропоновані фруктові та овочеві наповнювачі можна використовувати при виробництві збагачених напоїв. Для цього використовують широко розповсюджені в Україні соки з м'якоттю, які близькі за кольором з функціональними наповнювачами: персиковий, яблучний, грушевий, абрикосовий.

Порівняльна характеристика нектарів, розроблених за традиційною технологією, і збагачених напоїв на основі фруктових і овочевих наповнювачів наведена в табл. 2, 3.

У розроблених соковмісних напоях на основі фруктових наповнювачів в середньому на 24 % більший вміст сухих речовин, на 89 % більше харчових волокон і на 50 % більше кальцію, ніж у соках з м'якоттю, представлених у торговельних мережах України.

Показники якості напоїв, виготовлених за різними технологіями

Зразки	Технологія	Сухі речовини, %	Загальні цукри, %	Пектинові речовини, %	Целюлоза, %	Каротин, 10 ⁻³ %	Кальцій, 10 ⁻³ %
Збагачені напої на основі фруктових наповнювачів							
Яблучний	контроль	11,3	10,1	0,12	0,08	сл.	7
	розробка	14,3	10,1	1,1	0,7	сл.	13
Яблучно-грушевий	контроль	14,6	13,3	0,2	0,1	5,0	7
	розробка	18,2	13,1	1,8	1,3	5,0	18
Яблучно-персиковий	контроль	14,8	13,5	0,2	0,1	0,15	6
	розробка	18,4	13,2	1,9	1,3	0,15	17
Яблучно-абрикосовий	контроль	12,9	11,4	0,3	0,2	1,3	13
	розробка	17,0	11,3	2,2	1,5	1,3	17

Таблиця 2

Інтерес споживача до даного продукту. Сучасний споживач прагне бачити на прилавках магазинів не просто продукт харчування, а продукт із поліпшеними споживчими властивостями, продукт оздоровчого призначення. Усе це свідчить про те, що даний товар буде затребуваний з боку споживача.

Висока харчова цінність. Дослідження харчової цінності показали, що розроблений продукт характеризується підвищеним вмістом харчових волокон, каротину, кальцію (табл. 2, 3). Вживання збагачених напоїв (відповідно до формули збалансованого харчування) задовольнить добову потребу: у харчових волокнах – на 45...50 %, кальції – на 10...50 %, каротину – на 8...9 % (на основі овочевих наповнювачів).

Можливість тривалого зберігання. Термін придатності збагачених напоїв з дати виробництва при температурі зберігання від 0 °С до 25 °С становить у скляній тарі не більше 2 років.

Привабливе упакування. Проведені маркетингові дослідження в області відносин споживачів до упакування та маркування показали, що значна частина респондентів у першу чергу звертає увагу на упакування та маркування товару, тому що саме дана інформація впливає на формування споживчих переваг. Була віддана перевага скляній тарі. Вона прозора, немає контакту із продуктом, стійка до підвищених температур – теплової обробки тари з продуктом, і вся інформація наведена на етикетку.

Вторинна переробка сировини. Для виробництва фруктових та овочевих наповнювачів використовують яблучні вичавки та гарбуз.

Однакова ціна в порівнянні з аналогічними товарами (нектарами), представленими на ринку. За рахунок переробки яблучних вичавок, відходів виробництва яблучного соку, та гарбуза, ціна соковмісних напоїв залишиться на рівні ціни на нектари, отримані за традиційними технологіями.

Перейдемо до розгляду другого квадранта матриці SWOT-аналізу, який характеризує слабкі сторони товару weaknesses (слабкість). Це ті фактори, які створюють труднощі при просуванні збагачених напоїв на ринок, роблять товар менш конкурентоспроможним.

Контроль допоміжних компонентів. Нетеплове концентрування наповнювачів проводять гідроксидом кальцію. Це хімічна речовина.

Присутність лимонної кислоти в складі продукту. Цей компонент призводить до погіршення смакових якостей напою.

Слабка інформованість споживачів про новий продукт і його переваги приведе до того, що споживач не буде включати його в перелік необхідних покупок, внаслідок чого даний продукт не буде затребуваний з боку споживачів.

Показники якості напоїв, виготовлених за різними технологіями

Зразки	Технологія	Сухі речовини, %	Загальні цукри, %	Пектинові речовини, %	Целюлоза, %	Каротин, 10 ⁻³ %	Кальцій, 10 ⁻³ %
Збагачені напої на основі овочевих наповнювачів							
Гарбузовий	контроль	13,8	12,3	0,3	0,2	0,7	9
	розробка	18,1	12,2	1,5	2,4	19,6	104
Гарбузово-абрикосовий	контроль	14,6	12,7	0,5	0,4	1,0	18
	розробка	18,9	12,6	1,7	2,6	20,3	118
Гарбузово-яблучний	контроль	12,6	11,3	0,2	0,1	0,5	10
	розробка	17,0	11,3	1,4	2,3	19,6	110
Гарбузово-персиковий	контроль	16,1	14,6	0,3	0,2	0,6	9
	розробка	20,4	14,5	1,5	2,4	19,7	105
Гарбузово-грушевий	контроль	15,8	14,3	0,3	0,2	0,6	10
	розробка	20,1	14,2	1,5	2,4	19,7	110

Таблиця 3

У розроблених соковмісних напоях на основі овочевих наповнювачів в середньому на 23 % більший вміст сухих речовин, на 87 % більше харчових волокон, на 96 % більше каротину та на 90 % більше кальцію, ніж у соках з м'якоттю, представлених у торговельних мережах України.

Досліджені споживчі властивості збагачених напоїв використовуємо у складанні матриці SWOT-аналізу.

Матриця SWOT-аналізу та виявлені альтернативні стратегічні рішення необхідні для подальшого аналізу, вибору стратегії просування товару і вибору кращої маркетингової стратегії. SWOT-аналіз підкреслює, що стратегія повинна якнайкраще поєднувати внутрішні можливості продукту та зовнішню ситуацію [2, 19]. SWOT-аналіз розробленого нового продукту, збагачених соковмісних напоїв, наведений у табл. 4.

Розглянемо більш докладно, спочатку квадрант із сильними сторонами товару внутрішнього середовища strengths – сила.

Матриця SWOT-аналізу збагачених соковмісних напоїв

	<i>Сильні сторони (strengths)</i>	<i>Слабкі сторони (weaknesses)</i>
Внутрішня середа	<ul style="list-style-type: none"> – інтерес споживача до даного продукту; – висока харчова цінність; – можливість тривалого зберігання; – привабливе пакування; – вторинна переробка сировини; – однакова ціна в порівнянні з аналогічними товарами (нектарами), представленими на ринку. 	<ul style="list-style-type: none"> – контроль допоміжних компонентів; – присутність лимонної кислоти в складі продукту; – слабка інформованість споживачів про новий продукт і його переваги.
Зовнішня середа		
<i>Можливості (opportunities)</i>	SO – стратегічні рішення	WO – стратегічні рішення
<ul style="list-style-type: none"> – низька харчова цінність продуктів-аналогів у конкурентів; – наявність ненасичених сегментів ринків; – вузький асортимент продукції оздоровчого призначення; – пропаганда здорового способу життя. 	<ul style="list-style-type: none"> Вихід на нові ринки або сегменти ринку. Розширення асортименту за рахунок використання різних нектарів. 	<ul style="list-style-type: none"> Автоматизований контроль допоміжних компонентів. Розрахунки оптимальної кількості лимонної кислоти за рецептурою. Проведення маркетингових заходів, присвячених принципам здорового харчування.
<i>Загрози (threats)</i>	ST – стратегічні рішення	WT – стратегічні рішення
<ul style="list-style-type: none"> – можливість появи нових товарів і товарів-замінників; – зростання конкурентного тиску внаслідок появи нових конкурентів; – зниження купівельної здатності населення; – нестабільна економічна та політична ситуація в країні; – консерватизм споживача. 	<ul style="list-style-type: none"> Гнучка цінова політика, використання ефективних каналів товаропросування і маркетингових комунікацій. Формування попиту на новий продукт шляхом позиціонування товару. 	<ul style="list-style-type: none"> Автоматизований контроль допоміжних компонентів. Нормативний документ на виробництво продукції. Просування товару способами мерчандайзингу. Оптимізація витрат на маркетингові комунікації.

Третій квадрант opportunities (можливості) відноситься до зовнішнього середовища. Він дозволяє оцінити позитивні фактори, які сприяють завоюванню товаром своєї ніші і довгому існуванню на продовольчому ринку.

Низька харчова цінність продуктів-аналогів у конкурентів. Розроблений продукт (збагачені напої на основі фруктових та овочевих наповнювачів) характеризується в порівнянні із традиційною продукцією конкурентів – нектарами більш високими споживчими властивостями, а саме – підвищеним вмістом харчових волокон, каротину, кальцію (табл. 2, 3).

Наявність ненасичених сегментів ринків. За рахунок поліпшення споживчих показників якості, у тому числі й розширення спектра профілактичних властивостей, розроблений продукт може бути затребуваний більш широким сегментом споживачів, як у традиційному, так і в профілактичному харчуванні населення. Розроблені соковмісні напої збагачені каротином (овочевий наповнювач), який захищає організм від вільних радикалів, підвищує стійкість до стресів, пом'якшує вплив радіації, зміцнює імунітет і підвищує здатність організму опиратися інфекціям; харчовими волокнами, які виводять токсичні елементи, радіоізотопи, холестерин; а збагачення солями кальцію знижує накопичення в організмі радіоактивних ізотопів цезію та стронцію.

Вузький асортимент продукції оздоровчого призначення. Крім того, на підставі проведеного аналізу ринку безалкогольних напоїв і соків в Україні, виявлено, що асортимент продукції оздоровчого призначення досить вузький. Слід також зазначити, що напої на основі натуральних інгредієнтів випускає обмежена кількість заводів. А це свідчить про ефек-

тивність завоювання нових ринків збуту та збільшення частки власної продукції на існуючих ринках за рахунок завоювання довіри споживачів.

Пропаганда здорового способу життя. Проведення комплексу заходів щодо питань харчування, здорового способу життя приведе до затребуваності продуктів оздоровчого призначення з боку споживача.

Проаналізуємо четвертий квадрант threats (загрози). Цей квадрант дозволяє виявити фактори, які перешкоджають просуванню товару на ринку.

Можливість появи нових товарів і товарів-замінників, тобто товарів, що задовольняють ту ж саму потребу, але при цьому мають меншу ціну або більш високу якість, що може привести до відмови покупців від нашої розробленої продукції.

Зростання конкурентного тиску внаслідок появи нових конкурентів – дана погроза найбільш значна від потужних заводів соків, напоїв, які мають розширену асортиментну лінійку продукції та шукають нові ринки збуту.

Нестабільна економічна та політична ситуація в країні – головна проблема будь-якого підприємства – невизначеність майбутнього. Нестабільна політична ситуація робить практично марним довгострокове планування. Економічна криза буде сприяти тому, що продажі товарів скоротяться. Люди будуть задовольняти свої потреби дешевими і традиційними (давно знайомими) продуктами харчування, тобто буде відбуватися *зниження купівельної здатності* на продовольчому ринку.

Консерватизм споживача. Чималий відсоток споживачів є прихильниками традиційних продуктів харчування і не завжди готові до придбання нових товарів.

6. Обговорення результатів порівняння споживчих властивостей збагачених напоїв з нектарами та стратегічних рішень згідно матриці SWOT-аналізу для просування продукту на ринку

На підставі теоретичних узагальнених аналітичних, експериментальних досліджень та технологічних факторів ринку розроблена технологія фруктових та овочевих наповнювачів з високим вмістом харчових волокон, β -каротину, пектату кальцію на основі нетеплового концентрування.

Після дослідження можна зробити висновок, що найменші зміни фізико-хімічних показників якості наповнювачів відбулися при зберіганні 6 міс. Це також підтверджується мікробіологічними показниками, вміст яких у процесі зберігання не перевищував допустимих рівнів.

На основі проведених досліджень та технологічних факторів ринку розроблена технологія фруктових та овочевих наповнювачів.

Розроблено технологію збагачених напоїв стабільної консистенції на основі фруктових та овочевих наповнювачів. За рецептурою масова частка наповнювача в напої складає від 16 до 20 %.

Обговоримо стратегічні рішення згідно матриці SWOT-аналізу збагачених соковмісних напоїв (табл. 4).

SO – стратегічні рішення. У першу чергу – це вихід на нові ринки або сегменти ринку: при цьому мається на увазі гнучка цінова політика, також активна роль маркетингу (упор на споживні властивості продукту, а саме, на його харчову цінність, профілактичні властивості, а також проведення заходів інформування та підвищення знань самого споживача в питаннях харчування, у питаннях здорового способу життя, що в результаті й буде спонукати споживача придбавати дану продукцію – продукцію оздоровчого харчування), дизайн і інформативність упакування, брендування продукції. По друге – це розширення асортиментної лінійки продукції за рахунок включення різних нектарів, що призведе до збільшення продукту більш широким сегментом споживачів.

WO – стратегічні рішення. Першу слабку сторону, а саме, контроль допоміжних компонентів пропонуємо вирішити за рахунок автоматизації процесу контролю. Щодо наступної слабкої сторони «присутність лимонної кислоти в складі продукту» необхідно строго діяти за рецептурою. Слабка інформованість споживачів про новий продукт і його переваги – у даному напрямку необхідне проведення комплексу заходів, причому вони повинні починатися ще на початковій стадії розробки продукту і тривати на всьому етапі його створення і товаропросування з метою формування споживчих переваг до даного товару ще до випуску його на ринок. Дані заходи повинні бути спрямовані на інформуван-

ня потенційних споживачів про властивості нового товару, про принципи здорового харчування.

ST – стратегічні рішення. Для зниження впливу таких факторів як «поява нових конкурентів» і «зростання конкурентного тиску» пропонуємо: гнучку цінову політику, освоєння нових ринків збуту, активну роль маркетингу, розширення асортименту. Що стосується фактора «зниження купівельної спроможності», то це проведення заходів щодо позиціонування нового продукту серед потенційних споживачів, заходів щодо інформування та підвищення знань самого споживача в питаннях харчування, у питаннях здорового способу життя.

WT – стратегічні рішення. Просування товару способами мерчандайзингу – при відсутності можливості використання для просування нового товару прямої реклами доцільно стимулювати збут за допомогою непрямих комунікацій, які є менш витратними, однак не менш ефективними.

7. Висновки

Проведеними дослідженнями розробили тактику конкурентної боротьби і забезпечили конкурентні переваги збагачених напоїв методом SWOT-аналізу для просування нового продукту.

Для складання матриці SWOT-аналізу порівняли нові соковмісні напої. У розроблених збагачених соковмісних напоях на основі фруктового наповнювача в середньому на 24 % більший вміст сухих речовин, на 89 % більше харчових волокон і на 50 % більше кальцію, на основі овочевого наповнювача – в середньому на 23 % більший вміст сухих речовин, на 87 % більше харчових волокон, на 96 % більше каротину та на 90 % більше кальцію, ніж у соках з м'якоттю, представлених у торговельних мережах України.

Таким чином, проаналізовані технологічні фактори ринку, а саме сильні й слабкі сторони збагачених соковмісних напоїв на основі фруктових та овочевих наповнювачів, які можуть сприяти або гальмувати просування та закріплення в певному сегменті ринку даного товару. Виявлено, що сильних сторін у продукту набагато більше, ніж слабких, а це говорить на користь його конкурентоспроможності на ринку України. У якості основних напрямків для ефективного просування збагачених напоїв на ринку соків та безалкогольних напоїв слід виділити: гнучку цінову політику, активну роль маркетингу в просуванні товару, розширення асортименту, а також проведення комплексу заходів щодо інформування та підвищення знань самого споживача в питаннях правильного харчування, у питаннях здорового способу життя, що в результаті й буде спонукати споживача придбавати дану продукцію – продукцію оздоровчого харчування.

Література

1. Воронина, В. М. SWOT-анализ как современный инструмент исследования в целях антикризисного управления предприятием [Текст] / В. М. Воронина, Д. В. Кокарев // Ежемесячный аналитический журнал «Слияния и Поглощения». – 2007. – № 3 (49). – С. 23–26.
2. Мардар, М. Р. Всестороннее изучение товара методом SWOT-анализа на примере хлеба на основе цельного зерна пшеницы [Текст] / М. Р. Мардар // Зернові продукти і комбікорми. – 2014. – № 3 (55). – С. 33–38.
3. Сарафанова, Л. А. Применение пищевых добавок в индустрии напитков [Текст] / Л. А. Сарафанова. – СПб.: Профессия, 2007. – 240 с.

4. Тележенко, Л. Н. Биологически активные вещества фруктов и овощей и их сохранение при переработке [Текст] / Л. Н. Тележенко, А. Т. Безусов. – О.: Изд-во «Optimum», 2004. – 268 с.
5. Мазуренко, І. К. Удосконалення технології виробництва концентрованих томатопродуктів [Текст] : автореф. дис. ... канд. техн. наук : спец. 05.18.13 «Технологія консервованих продуктів» / І. К. Мазуренко. – ОНАХТ. Одеса, 2006. – 17 с.
6. Осипова, Л. А. Функциональные напитки [Текст] / Л. А. Осипова, Л. В. Капрельянц, О. Г. Бурдо. – О.: Друк, 2007. – 288 с.
7. Ипатова, Л. Г. Пищевые волокна в продуктах питания [Текст] / Л. Г. Ипатова, А. А. Кочеткова, А. П. Нечаев и др. // Пищевая пром-сть. – 2007. – № 5. – С. 20–23.
8. Малькова, М. Г. Технологія виробництва галактуронової олігосахаридів із пектиновмісної сировини [Текст] / М. Г. Малькова, А. Т. Безусов // Харчова наука і технологія. – 2010. – № 1. – С. 58–62.
9. Bush, P. L. Pectin: Chemical Properties, Uses and Health Benefits [Text] / P. L. Bush. – Nova Science Publishers, 2014. – 284 p.
10. Устенко, І. А. Оцінка якості фруктових соків [Текст] / І. А. Устенко // 36. тез I Всеукр. наук.-практ. конф. – Донецьк: Дон-НУЕТ, 2010. – С. 186–187.
11. Егоров, Б. В. Модель формирования потребительских свойств пищевых продуктов функциональной направленности [Текст] / Б. В. Егоров, М. Р. Мардар // Зернові продукти і комбікорми. – 2009. – № 3. – С. 11–14.
12. Benedetto, C. A. Identifying the key success factors in new product launch [Text] / C. A. Benedetto // Journal of Product Innovation Management. – 2005. – Vol. 16, Issue 6. – P. 530–544. doi: 10.1016/s0737-6782(99)00014-4
13. Kotler, P. Principles of Marketing [Text] / P. Kotler, G. Armstrong. – Pearson, 2014. – 719 p.
14. Hindle, T. Guide to Management Ideas and Gurus [Text] / T. Hindle. – Profile Books, 2008. – 322 p.
15. Пат. 55945А Україна, МКИ7 А 23 L 2/02. Спосіб отримання непрозорих функціональних напоїв [Текст] / Безусов А. Т., Тележенко Л. М., Устенко І. А. – заявники і патентовласники Безусов А. Т., Тележенко Л. М., Устенко І. А. – № 2002076336; заявл. 30.07.2002; опубл. 15.04.2003, Бюл. № 4.
16. Устенко, І. А. Технологія збагачених відновлених соків з м'якоттю [Текст]: зб. тез II Міжнар. наук.-практ. конф. / І. А. Устенко // Харчові технології. – О.: ОНАХТ, 2006. – С. 12.
17. Kotler, P. Marketing Management [Text] / P. Kotler, K. Keller – Pearson, 2011. – 816 p.
18. Алексеева, А. И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст] / А. И. Алексеева, Ю. В. Васильев, А. В. Малеева и др. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 572 с.
19. Com, M. Strategic Management [Text] / M. Com – India, Dehli, 2004. – 404 p.

При виробництві нових м'ясних продуктів необхідно забезпечити захист продуктів від псування. Для пригнічення окисних процесів у продуктах широко використовуються різні природні або синтетичні антиоксиданти. У технології виробництва напівкопчених ковбас запропоновано замінити стандартні прянощі (перець духмяний) пряно-ароматичними рослинами – чебрецем та ялівцем, що дозволить виробляти якісні продукти з подовженим терміном зберігання

Ключові слова: свиняча грудинка, чебрець, ялівець, псування, антиокиснюючі властивості, зберігання, перексидне, бензидинове, число

При производстве новых мясных продуктов необходимо обеспечить защиту продуктов от порчи. Для подавления окислительных процессов в продуктах широко используются различные природные или синтетические антиоксиданты. В технологии производства полукопченых колбас предлагаем заменить стандартные пряности (перец душистый) пряно-ароматическими растениями – тимьяном и можжевельником, что позволит производить качественные продукты с длительным сроком хранения

Ключевые слова: свиная грудинка, тимьян, можжевельник, порча, антиокисляющие свойства, хранение, перекисное, бензидиновое, число

УДК 637.5.03.:664.87

DOI: 10.15587/1729-4061.2015.40060

ВПЛИВ ПРЯНО-АРОМАТИЧНОЇ СИРОВИНИ НА ЯКІСТЬ ТВАРИННИХ ЖИРІВ

І. І. Маркович

Аспірант

Кафедра технології м'яса, м'ясних та олійно-жирових виробів
Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. З. Гжицького
вул. Пекарська, 50,
м. Львів, Україна, 79010
E-mail: ira.markovuch@yandex.ua

1. Вступ

Якість м'ясних продуктів безпосередньо пов'язана з економічними показниками при їх виробництві, тому

забезпечення якості виробів є головним завданням виробників. Напівкопчені ковбаси займають важливе місце серед м'ясопродуктів, оскільки широкий їх асортимент дає можливість задовольнити потреби різних