

А. М. Орел,
д. е. н., професор кафедри менеджменту ЗЕД підприємств,
Національний авіаційний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0823-3346>
В. М. Орел,
д. е. н., професор
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1609-1731>

DOI: 10.32702/2306-6814.2023.22.7

СТАНОВЛЕННЯ РИНКУ СПОЖИВАЧІВ КРАФТОВИХ ПРОДУКТІВ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ

A. Orel,
Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Management
Foreign Economic Activity of Enterprises, National Aviation University
V. Orel,
Doctor of Economic Sciences, Professor

FORMATION OF THE MARKET OF CONSUMERS OF CRAFT PRODUCTS IN THE MARKETING SYSTEM

Дане дослідження стосується процесу становлення ринку споживачів крафтових продуктів в системі маркетингу. Сучасний світ відзначається ростом інтересу до унікальних та натуральних продуктів, що викликало популярність крафтових товарів. У цьому контексті дослідження аналізує визначення крафтових продуктів та їх відмінності від масового виробництва, а також фактори, що впливають на попит на ці продукти. Зокрема, робиться акцент на розвиток культури споживання, вплив соціальних мереж і медіа на розповсюдження інформації про крафтові продукти, та роль трендів у визначенні споживчих уподобань. Дослідження також розглядає маркетингові стратегії для просування крафтових продуктів, включаючи створення бренду, визначення цільової аудиторії та альтернативні канали дистрибуції. Окрема увага приділяється розвитку спільноти споживачів крафтових продуктів через соціальні мережі та організацію подій. Дослідження підсумовує, що становлення ринку споживачів крафтових продуктів в системі маркетингу є актуальною та перспективною темою, яка може сприяти подальшому розвитку цього сегмента ринку. Наукове дослідження присвячене вивченню процесу становлення ринку споживачів крафтових продуктів в контексті маркетингових стратегій. Аналізуються визначення та особливості крафтових продуктів, фактори, що впливають на їх популярність, а також розглядаються ефективні маркетингові стратегії для їх просування. Сучасний ринок споживачів крафтових продуктів стає все більш популярним і динамічним. Цей ринок є результатом спільних зусиль підприємців, які виробляють натуральні, унікальні продукти та споживачів, які цінують якість, автентичність та становлять зростаючу кількість об'єктивного попиту. Однак, для ефективного функціонування цього ринку, потрібна детальна стратегія маркетингу.

Робота має на меті виявити ключові аспекти, що впливають на успішну інтеграцію крафтових продуктів на ринок та їх популяризацію серед споживачів.

This study refers to the process of formation of the market of consumers of craft products in the marketing system. The modern world is marked by a growing interest in unique and natural products, which has caused the popularity of craft goods. In this context, the study analyzes the definition of craft products and their differences from mass production, as well as the factors influencing the demand for these products. In particular, emphasis is placed on the development of consumer culture, the influence of social networks and media on the dissemination of information about craft products, and the role of trends in determining consumer preferences. The study also examines marketing strategies for promoting craft products, including branding, targeting and alternative distribution channels. Particular attention is paid to the development of the community of consumers of craft products through social networks and the organization of events. The study concludes that the formation of the market of consumers of craft products in the marketing system is an actual and promising topic that can contribute to the further development of this market segment. The scientific research is devoted to the study of the process of formation of the market of consumers of craft products in the context of marketing strategies. Definitions and features of craft products are analyzed, factors affecting their popularity, and effective marketing strategies for their promotion are considered. The modern consumer market of craft products is becoming increasingly popular and dynamic. This market is the result of the joint efforts of entrepreneurs who produce natural, unique products and consumers who value quality, authenticity and constitute a growing amount of objective demand. However, for the effective functioning of this market, a detailed marketing strategy is required. The work aims to identify the key aspects affecting the successful integration of craft products into the market and their popularization among consumers. All these issues require further research and analysis for the development of strategies aimed at the successful formation of the market for craft products in the marketing system.

Ключові слова: крафтовий продукт, унікальність, попит, споживання, брендування, сегментація, комунікація.

Key words: craft product, uniqueness, demand, consumption, branding, segmentation, communication.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Становлення ринку споживачів крафтових продуктів в системі маркетингу викликає ряд питань та викликів, які потребують детального дослідження. Однією з центральних проблем є визначення оптимальних маркетингових стратегій для крафтових продуктів, враховуючи їхню унікальність та споживчий інтерес. Додатково, важливо вивчити вплив факторів, таких як зміни у споживчих уподобаннях, соціальних мережах, та модних тенденціях на попит та успішність цього ринку. Крім того, існує питання щодо ефективного залучення споживачів до бренду крафтових продуктів та розширення їхньої спільноти через маркетингові інструменти. Всі ці питання вимагають подальшого дослідження та аналізу для розробки стратегій, спрямованих на успішне становлення ринку крафтових продуктів у системі маркетингу. Зберігається важливий зв'язок із науковими та практичними завданнями, оскільки дослідження та розв'язання проблем, пов'язаних із нею, вносять значний внесок у аспекти розвитку нових маркетингових стратегій. Дослідження специфіки крафтових продуктів допомагає розробляти і вдосконалювати стратегії маркетингу, які

враховують унікальність та якість таких продуктів. Розуміння споживчих уподобань та потреб сприяє створенню більш конкурентоздатних продуктів і брендів у крафтовому сегменті ринку. Залишається також прагнення до розробки маркетингових стратегій, яке дозволяє стимулювати здоровий споживчий підхід, підвищуючи інтерес споживачів до натуральних та якісних продуктів. Загалом, дослідження та розв'язання проблеми становлення ринку крафтових продуктів в системі маркетингу має велике значення як для бізнесу, так і для суспільства загалом, сприяючи розвитку індустрії та підвищенню якості споживчого досвіду.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Ріст поширеності крафтових продуктів дослідники активно вивчали, а також фактори, які сприяють росту поширеності крафтових продуктів серед споживачів. Особливу увагу приділяють факторам, що впливають на споживчі уподобання та тенденції. Дослідження визначають ефективні маркетингові стратегії та підходи до створення сильного бренду для крафтових продуктів. Соціальні мережі грають важливу роль у поширенні інформації та взаємодії зі споживачами, дослідження оцінюють вплив соціальних медіа на крафтовий ринок

Таблиця 1. Класифікація видів крафтової сільськогосподарської продукції

Вид продукції	Опис
Крафтове пиво	
Ель	Традиційний англійський стиль пива з багатим смаком та ароматом хмелю.
Сторт	Легкий та освіжаючий вид пива, часто пиво для споживачів, які шукають менше алкоголю.
IPA (Indian Pale Ale)	Пиво з виразним хмелевим смаком та ароматом, популярне серед шанувальників крафтового пива.
Органічні продукти	
Органічні овочі та фрукти	Сільськогосподарська продукція, вирощена без використання пестицидів і штучних добрив.
Органічне м'ясо	М'ясо від тварин, які були годовані органічною їжею та не були викладені антибіотикам.
Молочні продукти	
Фермерський сир	Сир, вироблений в маленьких сімейних фермах, з власноруч виробленим сировиною.
Органічне молоко	Молоко від корів, які годуються органічним кормом та не отримують гормони росту.
Мед та бджолині продукти	
Мед	Свіжий мед, зібраний з вуликів бджіл фермерів, які не використовують хімічні пестициди.
Віск та прополіс	Бджолиний віск та прополіс використовуються в косметичці та лікувальних цілях.
Зернові культури та хлібобулочні вироби	
Органічне зерно	Зернові культури, вирощені без хімічних обробок та ГМО.
Ручна випічка	Хліб та випічка, виготовлені в місцевих пекарнях та вручну без штучних добавок.
Кава та чай	
Крафтова кава	Кава з кращих зерен, обсмажена в маленьких обжарювальнях зі спеціальним підходом.
Ароматний чай	Чайні суміші зі свіжими інгредієнтами, вручну зібрані та змішані.
Вино та алкогольні напої	
Місцеві вина	Вина, вирощені в регіоні та виноробні з обмеженим виробництвом.
Крафтові спиртні напої	Горілка, ром та інші алкогольні напої від маленьких виробників.

Джерело: сформовано автором.

та розробляють стратегії для ефективного використання цих платформ. Дистрибуція та канали збуту спрямовані на пошук оптимальних каналів для крафтових продуктів, включаючи онлайн-продажі, магазини малих виробників та ярмарки.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Вивчення та аналіз становлення ринку споживачів крафтових продуктів в системі маркетингу з метою визначення ключових факторів, які впливають на його розвиток, та розробка рекомендацій для ефективних маркетингових стратегій в цьому сегменті ринку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Популярність крафтових товарів значно зростає в різних галузях, таких як харчування, напої, ремесла та інші. Існує кілька ключових факторів, які сприяють популярності крафтових товарів:

1. Якість та унікальність (крафтові товари відзначаються високою якістю та унікальністю, вони часто виготовляються в обмежених кількостях з великою увагою до деталей).

2. Екологічна свідомість (споживачі все більше звертають увагу на збереження навколишнього середовища та підтримку сталого розвитку, багато крафтових товарів пропонують екологічно чисті матеріали та виробництво).

3. Смак та унікальні рецепти (крафтові харчові продукти та напої часто пропонують нестандартні смаки та

рецепти, що приваблюють споживачів, які шукають нові смакові враження).

4. Підтримка місцевих виробників (багато споживачів віддають перевагу підтримці місцевих виробників та підприємств, крафтові товари часто виготовляються на місцевих підприємствах).

5. Унікальність бренду (брендування грає важливу роль у популярності крафтових товарів, сильний бренд істотний для залучення і утримання споживачів).

6. Посилення спільноти споживачів (крафтові виробники створюють спільноти споживачів навколо своїх продуктів, які спільно діляться враженнями, рецептами та порадами).

7. Поширення інформації через соціальні мережі (соціальні мережі відіграють важливу роль у поширенні інформації про крафтові товари та допомагають виробникам залучати нових споживачів).

Загалом, популярність крафтових товарів відображає зміну споживчих уподобань, спрямованих на унікальність, якість і збереження екології, а також бажання підтримати місцевих виробників та спільноти.

Крафтові (нішеві) продукти — це вироби, які виготовляються в невеликих масштабах вручну або на невеликих виробничих потужностях, з великою увагою до деталей, якістю яких висока і вони часто мають особливий характер або унікальність. Існує багато відмінностей між крафтовими продуктами та масовим виробництвом. У масовому виробництві продукти виготовляються великими серіями на заводах. Поняття "крафт" походить від англійського слова "craft", що означає "майстерність" чи "рукодільність". Споживачі крафтових

продуктів в першу чергу оцінюють виробни, які виготовлені з увагою до деталей та з використанням натуральних інгредієнтів. Цей підхід різнй від масового виробництва, яке надає перевагу масштабу та масовому виробництву. Основні види представлені в таблиці, в якій вказано різновиди крафтової сільськогосподарської продукції (Табл. 1).

Крафтові виробни зазвичай мають особливий дизайн або характеристики, іноді вони виготовлені на замовлення або за індивідуальними специфікаціями споживача [2]. В масовому виробництві товари стандартизовані та масово розповсюджуються. Зазвичай товар піддаються більш суворому контролю якості, інгредієнти вибираються з великою увагою до їхньої якості. Вони часто виготовлені з натуральних і найкращих компонентів. У масовому виробництві може використовуватися менш високоякісна сировина. Крафтові товари часто виробляються локально або в малих майстернях, підтримуючи місцевих виробників та місцеву економіку. В масовому виробництві товари часто виготовляються на великих заводах та можуть бути імпортованими. Нішеві продукти часто мають особливий смак або характер, які роблять їх унікальними. У масовому виробництві продукти зазвичай стандартизовані та можуть бути менш індивідуальними. Ці відмінності роблять крафтові продукти привабливими для тих, хто цінує індивідуальність, якість та особливий смак.

Попит на крафтові продукти визначається різними факторами, які включають в себе як економічні, так і соціокультурні чинники. Деякі з основних факторів, що впливають на попит:

- якість є одним із основних факторів, що впливають на попит на крафтові продукти, споживачі часто вибирають товари через їхню вищу якість, призначення та смак порівняно з масовими аналогами;

- зростаюча екологічна свідомість споживачів призводить до підвищення попиту на крафтові продукти, оскільки вони часто виготовляються з екологічно чистих матеріалів та з мінімальним негативним впливом на довкілля;

- попит на крафтові товари також зростає завдяки підтримці місцевих виробників, багато споживачів віддають перевагу місцевим продуктам, що сприяє популярності виробів;

- поширення інформації про крафтові продукти через соціальні мережі та інтернет сприяє збільшенню їхнього попиту, ефективний маркетинг та присутність в онлайн-середовищі роблять продукти більш доступними для споживачів;

- модні тенденції та споживчі уподобання можуть впливати на попит на крафтові товари, наприклад, зростаючий інтерес до здорового способу життя та харчування може підвищити попит на натуральні та органічні продукти;

- ціна грає важливу роль у формуванні попиту, нішеві товари можуть бути дорожчими, споживачі готові платити більше, якщо вони вважають, що продукт вартий цієї ціни.

Попит на крафтові продукти залежить від якості, екологічної свідомості споживачів, підтримки місцевих виробників, впливу соціальних мереж, споживчих уподобань та цінової доступності. Всі ці фактори спільно

визначають, наскільки популярними стануть крафтові товари на ринку.

Розвиток культури споживання та вплив соціальних мереж і медіа на розповсюдження інформації про крафтові продукти мають значний вплив на популярність та розповсюдження цих продуктів. Сучасні споживачі шукають унікальні продукти та експериментують зі своїми смаковими уподобаннями. Крафтові продукти відповідають цьому бажанню, оскільки вони пропонують щось відмінне від загальних продуктів масового виробництва. Все більше споживачів прагнуть підтримувати місцевих виробників та місцевий бізнес. Це може бути пов'язано з розвитком культури споживання, оскільки вони розуміють важливість підтримки місцевої економіки. Соціальні мережі сприяють поширенню інформації про крафтові продукти. Фотографії та відгуки споживачів можуть стати важливими для просування цих продуктів. Соціальні медіа активно обговорюють та популяризують тенденції в області крафтових продуктів, включаючи харчові та напої. Це стимулює інтерес споживачів до цих продуктів. В соціальних мережах та форумах формуються спільноти споживачів крафтових продуктів, де обмінюються рекомендаціями та досвідом. Це допомагає виробникам отримати зворотній зв'язок і покращити свої продукти. Соціальні медіа допомагають споживачам дізнатися більше про те, як виготовляються крафтові продукти, їхні інгредієнти та виробничі процеси, що сприяє підвищенню свідомості про ці продукти.

Всі ці чинники сприяють популярності та розповсюдженню крафтових продуктів, а також сприяють розвитку культури споживання, спрямованої на більш обдумане та усвідомлене вибори. Тренди грають важливу роль у визначенні споживчих уподобань крафтових продуктів. Вони можуть впливати на різні аспекти вибору, споживання та виробництва крафтових товарів. Тренди дають виробникам ідеї щодо того, які види крафтових продуктів можуть бути популярними серед споживачів. Здоровий спосіб життя і веганство стає популярним, виробники можуть розробити крафтові продукти, які відповідають цим потребам. Тренди можуть відкривати нові ринки для крафтових продуктів. Популярність глютенівільного харчування може спонукати виробників крафтових продуктів до створення асортименту, який відповідає цьому запиту. Тренди впливають на вибір споживачів, оскільки вони роблять певні типи продуктів більш привабливими він полягає в ексклюзивних смаках, споживачі можуть більше цінувати крафтові продукти за їхню унікальність. Виробники можуть адаптувати свої упаковки та маркетингові стратегії, щоб вони відповідали сучасним трендам.

Усі ці ролі трендів сприяють тому, що крафтові продукти залишаються актуальними та привабливими для споживачів, а також допомагають виробникам адаптуватися до змін на ринку та задовольняти нові споживчі уподобання [3].

Крафтові продукти стали популярними в останні десятиліття і є важливою складовою сучасної гастрономічної культури. Ці продукти виготовляються в обмежених кількостях, часто вручну, і надають особливу увагу якості та унікальному смаку. Для успішного просування крафтових продуктів на ринку потрібні специфічні маркетингові стратегії, оскільки вони відрізняються від масових товарів.

Першим кроком в розробці маркетингової стратегії для крафтових продуктів є визначення цільової аудиторії. Нішеві продукти, зазвичай привертають увагу особливих гурманів і людей, які цінують унікальний смак та високу якість. Тож важливо розробити профіль вашого ідеального клієнта, включаючи вік, статус, інтереси та споживчу поведінку. Потім потрібно зайнятися брендуванням, яке є ключовим елементом маркетингової стратегії для крафтових продуктів. Бренд повинен відображати унікальність і якість вашої продукції. Привабливий логотип, кольорову схему та сюжет, що розповідає історію вашого бренду. Розробка привабливого бренду допоможе привернути увагу цільової аудиторії. Цільова аудиторія сьогодні заключається у онлайні тому на поміч приходить інтернет. Інтернет став потужним інструментом для просування продуктів. Створення веб-сайту і активний присутність в соціальних мережах можуть допомогти вам донести інформацію про ваші крафтові продукти до вашої цільової аудиторії [5]. Важливо також розглядати можливості електронної торгівлі та доставки продуктів, щоб зробити їх доступними для клієнтів. Співпраця зі спеціалізованими гастрономічними журналами, блогерами та рецензентами їжі може допомогти вам отримати рецензії та відгуки про продукти. Також участь в харчових виставках і фестивалях, де можна представити продукцію широкій аудиторії.

Маркетингові стратегії для просування крафтових продуктів вимагають особливого підходу і уваги до деталей. Важливо зрозуміти цільову аудиторію, створити привабливий бренд та використовувати онлайн-інструменти для просування. Співпраця з іншими гастрономічними закладами та рекламними партнерами також може покращити продажі. З правильною стратегією і деякою креативністю, можна успішно просувати крафтові продукти на ринку.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Становлення ринку споживачів крафтових продуктів в системі маркетингу — це процес, що вимагає ретельного вивчення цільової аудиторії, ефективного позиціонування та надання переваги якості. Лише з врахуванням усіх цих аспектів виробники крафтових продуктів можуть успішно пройти шлях до визнання та успіху на цьому зростаючому ринку споживачів. Сучасний світ характеризується стрімким розвитком культури споживання та зростанням інтересу до унікальних, натуральних продуктів. Однією з ключових тенденцій є зростання популярності, що ставляться як результат майстерного виготовлення та великої уваги до якості і смаку. Успішне впровадження стратегій маркетингу, спрямованих на просування крафтових продуктів, може сприяти розширенню аудиторії та популяризації цього сегмента ринку.

Література:

1. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Київ: ДУТ, 2019. 146 с.
2. Данько, Ю., Колодязна, В. (2023). Маркетингові інструменти стратегічного розвитку виробництва краф-

тової продукції АПК. Управління змінами та інновації, (6), 10—14.

3. 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.

4. Кравченко М.Ф. Теоретичні основи харчових технологій: навч. посіб. / М.Ф. Кравченко, А.В. Антоненко. К.: Київ. нац. торг.-ekon. ун-т, 2011. 515 с.

5. Органік в Україні. URL: <http://organic.com.ua/organic-v-ukraini>.

6. Пилипчук В. П., Данніков О. В. Маркетинговий аналіз та оцінка ефективності продажу. БІЗНЕСІНФОРМ. 2016. № 3. С. 291—296.

7. Сімахіна Г. О., Українець А. І. Інноваційні технології та продукти. Оздоровче харчування: навч. посіб. Київ: НУХТ, 2010. 294 с.

8. Технологія харчових продуктів функціонального призначення: монографія / А.А. Мазаракі та ін.; Київ. нац. торг.-ekon. ун-т. Київ, 2012. 116 с.

9. Черевко О. І., Пересічний М. І., Пересічна С. М. Інноваційні технології харчової продукції функціонального призначення: монографія. Харків: ХДУХТ, 2017. 940 с.

References:

1. Darchuk, V. H. (2019), Analiz ta planuvannya marketinghovoї diialnosti. [Analysis and planning of marketing activities], DUT, Kyiv, Ukraine.

2. Danko, Yu. and Kolodyazhna, V. (2023), "Marketing tools of strategic development of the production of craft products of the agro-industrial complex", Upravlinnya zminamy ta innovatsiyi, vol. (6), pp.10—14.

3. Danko, Yu. I. and Sliusareva, L. V. (2020). "Competitiveness management mechanisms in the system of sustainable development of agricultural enterprises", Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu, vol. 1 (83), pp. 87—92.

4. Kravchenko, M.F. and Antonenko, A.V. (2011), Teoretychni osnovy kharchovykh tekhnolohiy [Theoretical foundations of food technologies], Nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, Ukraine.

5. Organic Federation of Ukraine (2018), "Organic in Ukraine", available at: <http://organic.com.ua/organic-v-ukraini> (Accessed 25 Oct 2023).

6. Pylypchuk, V. P. and Dannikov, O. V. (2016), "Marketing analysis and assessment of sales performance", BIZNESINFORM. 2016, vol. 3. pp. 291—296.

7. Simakhina, H. O. and Ukrayinets', A. I. (2010), Innovatsiyni tekhnolohiyi ta produkty. Ozdorovche kharchuvannya [Innovative technologies and products. Health food], NUKHT, Kyiv, Ukraine.

8. Mazaraki, A.A. (2012), Tekhnolohiya kharchovykh produktiv funktsional'noho pryznachennya [Technology of functional food products], Nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, Ukraine.

9. Cherevko, O. I. Peresichnyy, M. I. and Peresichna, S. M. (2017), Innovatsiyni tekhnolohiyi kharchovoyi produktiv funktsional'noho pryznachennya [Innovative technologies of functional food products], KHDUKHT, Kharkiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 09.11.2023 р.