

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА НА МУЧНЫЕ КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ С ФУНКЦИОНАЛЬНЫМИ ИНГРЕДИЕНТАМИ

А.Н. Макарова*, О.С. Фоменко

ФГБОУ ВО «Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И.
Вавилова», г. Саратов

*E-mail: nasty0617@yandex.ru

Введение. В настоящее время вопросы здорового и безопасного питания стоят достаточно остро. Основной задачей государственной политики в области здорового питания является сохранение и укрепление здоровья населения, профилактика заболеваний, в том числе, связанных с неправильным питанием детей и взрослых.

Актуальным направлением в научных исследованиях, прямо связанным с формированием и реализацией государственной политики здорового питания населения в современных условиях, является научное обоснование концепции оптимального питания и разработка новых функциональных продуктов питания, в том числе мучных кондитерских изделий.

Для расширения ассортимента мучных кондитерских изделий пролонгированного срока хранения с функциональными ингредиентами необходимо провести анализ потребительского спроса на данную группу товаров. При этом необходимо последовательно решить ряд задач: изучить спрос на мучные кондитерские изделия; проанализировать ассортимент и частоту потребления мучных кондитерских изделий; определить заинтересованность респондентов в расширении ассортимента мучных кондитерских изделий с функциональными ингредиентами. Для изучения потребительского спроса наиболее оптимальны полевые маркетинговые исследования.

Проведенный опрос показал, что более 90% респондентов потребляют мучные кондитерские изделия, данные изделия весьма востребованы и являются неотъемлемой частью дневного рациона, поскольку доступны и

дешевы. Несмотря на то, что большинство из опрошенных знают о высокой энергетической ценности данной продукции и о том, что ежедневное потребление оказывает влияние на организм, потребление мучных кондитерских изделий не только не снижается, но и постоянно растет. Следовательно, расширение ассортимента мучных кондитерских изделий специального назначения с функциональными ингредиентами необходимо для современного потребителя.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, мучные кондитерские изделия, функциональные ингредиенты.

Отечественный рынок кондитерских изделий считается одним из самых больших в мире – он входит в ТОП-5 крупнейших мировых рынков. Около половины рынка занимает сегмент мучных кондитерских изделий, которые пользуются стабильным спросом у россиян [4].

В развитии российского рынка кондитерской продукции можно выделить 4 этапа.

Первый этап (с 1990-го по 1998 год) – формирование рыночной среды отрасли: рынок заполнялся участниками и практически полностью принадлежал иностранному капиталу, а спрос на иностранную продукцию повышался.

Второй этап (с 1998-го по 2000 год) – кризис 1998 года повлек за собой снижение доли импорта и дал возможность российским производителям усилить свои позиции на отечественном рынке. Однако дефолт, облегчив доступ на рынок российским компаниям, принес с собой трудности, связанные с закупкой сырья и оборудования. Около 80% сырья отечественные производители покупали за рубежом.

Третий этап (с 2000-го по 2009 год) – постепенный рост производства и потребления кондитерской продукции обернулся падением в кризисном 2008 году. Однако стоит отметить, что кондитерский рынок в меньшей степени

пострадал от кризиса, по сравнению с другими отраслями продовольственного рынка.

Четвертый этап (с 2009 года по настоящее время) – сегодня российский кондитерский рынок имеет четкую сложившуюся структуру участников, широкий и адаптированный к нуждам потребителей ассортимент, динамичные бренды, поддержанные мощным маркетингом [4].



Рисунок 1. Динамика доли импортной продукции



Рисунок 2. Динамика роста рынка мучных кондитерских изделий

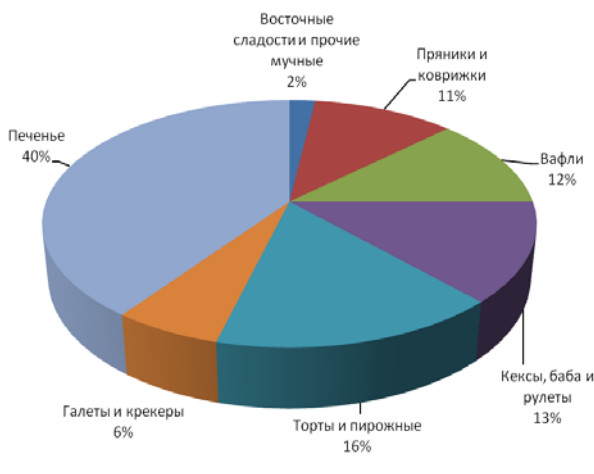


Рисунок 3. Сегментация рынка мучных кондитерских изделий

Современный рынок мучных кондитерских изделий является практически насыщенным, с высокой степенью конкуренции.

Прогнозируется увеличение объема и емкости рынка мучных кондитерских изделий к 2020 году до 1,6 млн. тонн (Рисунок 2) [4].

Наибольшая доля рынка в натуральном выражении – 40% – принадлежит сегменту печенья. Доля сегмента тортов и пирожных отстает в 2,5 раза от доли

лидера, занимая 16% общего объема рынка. На сегмент вафель приходилось 12%, а на сегмент кексов, баб и рулетов – 13% рынка в натуральном выражении. Также значимые доли принадлежали сегментам пряников/коврижек и галет/крекеров – соответственно 11 и 6% (Рисунок 3) [4].

Наряду с традиционными мучными кондитерскими изделиями в настоящее время достаточно широко реализуются мучные кондитерские изделия специального назначения:

- Кондитерские изделия для детей (печенье, галеты, крекер, вафли, торты);
- Кондитерские изделия для детей 10 лет и старше;
- Диетические кондитерские изделия (печенье, галеты);
- Лекарственные кондитерские изделия;
- Кондитерские изделия - лекарственные препараты;
- Кондитерские изделия для спортсменов и спецназначения;
- Кондитерские изделия для диабетиков;
- Изделия, обогащенные пищевыми волокнами.[4]

Однако производство их не достаточно и требует расширения линейки вкусов и внедрения в производство новых видов мучных кондитерских изделий специального назначения. Таким образом, производство мучных кондитерских изделий в настоящее время является актуальным и востребованным.

Цель исследования: анализ потребительского спроса на мучные кондитерские изделия пролонгированного срока специального назначения.

В соответствии с поставленной целью задачами исследования являлись:

- изучение спроса на мучные кондитерские изделия;
- анализ ассортимента и частоты потребления мучных кондитерских изделий;
- определение заинтересованности респондентов в расширении ассортимента мучных кондитерских изделий с функциональными ингредиентами.

В качестве объектов исследований были выбраны: респонденты в возрасте от 18 до 38 лет. Для изучения потребительского спроса мучные кондитерские изделия промышленного производства использовали вид полевых маркетинговых исследований - анкетирование.

Схема маркетинговых исследований включала:

- характеристику контингента;
- анализ частоты потребления данных изделий;
- выявление факторов мотивации потребления;
- выявление информированности населения о влиянии на организм данных изделий при потреблении.

Определение необходимого размера выборки производили по формуле [2,11]:

$$n=1/(\Delta^2+(1/N)), \quad (1)$$

где Δ - допустимая ошибка;

N – размер генеральной совокупности.

Маркетинговое исследование осуществлялось поэтапно:

- сбор первичной информации;
- подготовка к обработке, систематизация информации, её обработка;
- анализ обработанной информации.

Сбор первичной информации осуществлялся в форме опроса. В качестве инструмента для получения данных была разработана анкета. Опрос респондентов проводился в предприятиях питания КП (комбината питания) ФГБОУ ВО Саратовский ГАУ. Для рассмотрения данного вопроса в динамике опрос проводился в 2015 - 2016 годах.

Статистическую обработку результатов маркетинговых исследований проводили с помощью прикладной программы «Stat Plus».

Исследование проводилось по следующей схеме:

- характеристика контингента;
- анализ частоты потребления данных изделий;
- выявление факторов мотивации потребления;

- выявление информированности населения о влиянии на организм данных изделий.

При изучении потребительского спроса особое внимание уделяли информированности респондентов о влиянии мучных кондитерских изделий длительного срока хранения на организм.

Для определения необходимого объема собственно-случайной выборки пользовались формулой 1. Определяя размер генеральной совокупности контингента потребителей КП ФГБОУ ВО Саратовский ГАУ учли, что допустимая ошибка $\Delta=5\%$, вероятность $P=0,954$, коэффициент соответствия доверительной вероятности $t= 2$, то в этом случае $n = 99$.

Учитывая, что объем выборки должен составлять не менее 99 человек (за каждый год), в опросе приняли участие 200 респондентов (100 человек 2015год, 100 человек 2016год) в возрасте от 18 до 38 лет (из которых 61% женщин, 39% мужчин). Проведенный опрос показал, что 95%(2015г.) – 94%(2016г.) респондентов потребляют мучные кондитерские изделия [1,2], данные изделия весьма востребованы и являются неотъемлемой частью дневного рациона, поскольку доступны и дешевы.

Сведения о производителях кондитерских изделий, указывают, что большинство опрошенных отдают предпочтение отечественным производителям (Рисунок 4). При выборе марки товаров, мнения респондентов распределились следующим образом (Рисунок 5): для одних бренд товара является основополагающим при выборе продуктов, как правило, это влияние рекламы, другие, напротив, обращают внимание на сам продукт.

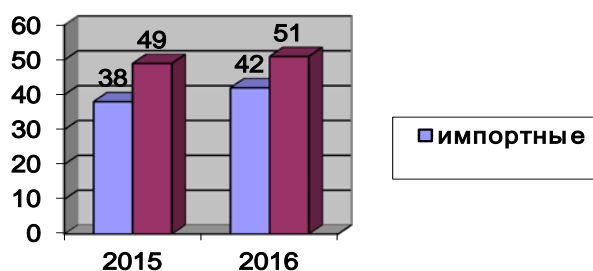


Рисунок 4. «Выбор производителя?»

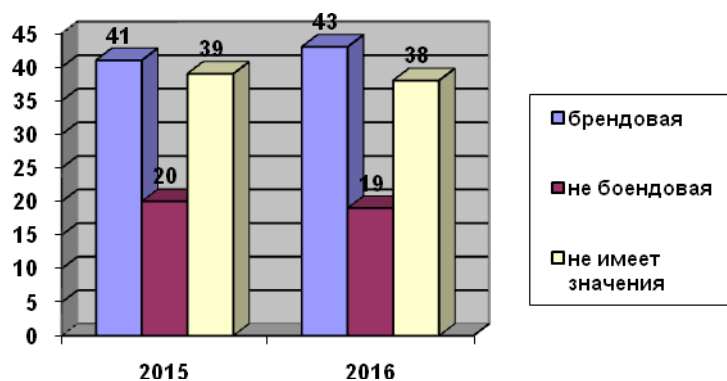


Рисунок 5. Выбор продукции, ориентируясь на марку товара

В таблице 1 представлены данные мотивации и частоты потребления мучных кондитерских изделий.

Таблица 1. Результаты анкетирования

№, п/п	Вопрос. Варианты ответов	Результаты ответов, %	
		2015 г.	2016 г.
1	Как часто Вы употребляете мучные кондитерские изделия?		
А	Часто	51	58
Б	Редко	25	23
В	Иногда	24	19
2	Почему Вы употребляете данные изделия?		
А	Нравится вкус	38	36
Б	Возможность быстро утолить голод	30	24
В	Доступность приобретения	32	40

Анализ показал, что больше половины опрошенных употребляют данную продукцию. Это объясняется ее доступностью и высокой энергетической ценностью, что является ключевым фактором при выборе продуктов питания в наше время. Так же остается открытым вопрос о влиянии мучных кондитерских изделий на организм человека при длительном потреблении, о чем респондентам также был заданы вопросы. Результаты опроса представлены в таблице 2. Несмотря на то, что большинство из опрошенных знают о высокой энергетической ценности данной продукции о том, что ежедневное потребление оказывает влияние на организм человека и многие респонденты замечали это (как видно из таблицы 2) потребление мучных кондитерских изделий не только не снижается, но и постоянно растет. Следовательно, данная группа продуктов питания является востребованной у населения, и объемы ее продаж, будут неуклонно расти.

Таблица 2. Результаты анкетирования

№, п/п	Вопрос. Варианты ответов	Результаты ответов, %	
		2015г.	2016г.
1	Знаете ли Вы, что большинство мучных кондитерских изделий имеют высокую энергетическую ценность?		
А	Да	98	97
Б	Нет	2	3
	Знаете ли Вы, что ежедневное потребление мучных кондитерских изделий оказывает влияние на организм человека?		
А	Да	82	86
Б	Нет	8	5
В	Мне все равно	10	9
2	Замечали ли Вы негативные изменения (увеличение массы тела, нарушения в работе желудочно – кишечного тракта) в состоянии организма после употребления данных изделий?		
А	Да	56	61
Б	Нет	44	39

Кроме того, следует обратить внимание на тот факт, что все эти продукты имеют достаточно длительный срок хранения, а, как известно, многие компоненты пищевых систем претерпевают изменения в процессе хранения с разной степенью интенсивности, в результате чего образуются вещества, которые могут оказать отрицательное воздействие на организм при длительном потреблении [3].

Таблица 3. Результаты анкетирования

№, п/п	Вопрос. Варианты ответов	Результаты ответов, %	
		2015 г.	2016 г.
1	Знаете ли вы о существовании и пользе мучных кондитерских изделий специального назначения?		
А	Да	89,0	91,0
Б	Нет	11,0	9,0
2	Потребляете ли Вы мучные кондитерские изделия специального назначения?		
А	Да	12,0	11,0
Б	Нет	88,0	89,0
3	Какие виды мучных кондитерских изделий специализированного назначения Вы предпочитаете?		
А	Низкокалорийные	90,0	91,0
Б	Обогащенные	6,0	5,0
В	Функциональные	4,0	4,0
4	Заинтересованы Вы в расширении ассортимента мучных кондитерских изделий специального назначения?		
А	Да	85,0	83,0
Б	Нет	15,0	17,0

Поэтому наша задача заключается в разработке новых рецептур и технологий мучных кондитерских изделий, которые бы были востребованы и оказывали положительное влияние на организм человека.

В связи с этим респондентам были заданы вопросы о том, какие изделия, и с какими свойствами были бы ими востребованы. Результаты анкетирования представлены в таблице 3.

Анализ показал, что почти все респонденты знают о существовании мучных кондитерских изделий специального назначения и заинтересованы в расширении их ассортимента и появлении на рынке новых пищевых продуктов.

Список литературы.

1. Бельский, В.Ю. Социология / В.Ю. Бельский, А.А. Беляев, Д.Г. Лощаков // М. : ИНФРА-М, 2002. - 303 с.
2. Завгородний, А.И. Методика эмпирических исследований в социологии / А.И. Завгородний, Н.В. Шахматова. Саратов. : Издательство Саратовского Университета, 1995 – 120 с.
3. Срок годности пищевых продуктов. Расчет и испытание / под редакцией Р. Стеле. – СПб.: Профессия, 2006. – 479 с.
4. GFK- ГФК. – Режим доступа: <http://www.gfk.ru/>

Сведения об авторах.

Макарова Анастасия Николаевна, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедры «Технологии продуктов питания», Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова, Россия. E-mail: nasty0617@yandex.ru. Тел. +7(903) 384-22-33.

Фоменко Ольга Сергеевна, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедры «Технологии продуктов питания», Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова, Россия. E-mail: fomenkoos@mail.ru. Тел. +7(906) 317-89-81.