

УДК 659.3

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ МОТИВАЦИЙ И ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

Тарасенко Н.А., Баранова З.А.

*ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный технологический университет»,
Краснодар, e-mail: natagafonova@mail.ru*

Целью исследования является изучение процесса принятия решения о покупке, реакции на покупку, факторов, определяющих поведение данных потребителей. Для того чтобы анализ рынка действительно был объективным, необходимо соблюдение научно обоснованных правил процедуры опроса, выработанных в рамках социальных наук. Правильное позиционирование функциональных продуктов обеспечивает их успешное продвижение на рынке. Самым популярным мучным кондитерским изделием среди опрошенных признается печенье (28%), 25% опрошенных чаще покупают вафли, пряники – 15, и лишь 5% – торты. В результате проведенного исследования выяснилось, что основными причинами низкого спроса на профилактические изделия, с точки зрения потребителей, являются: неосведомленность населения о лечебных свойствах продукции, высокие цены, недостаточный выбор и неудовлетворительное качество. Несмотря на незначительный интерес опрошенных к пищевой ценности кондитерских изделий, большинство из них считает необходимым производство продукции профилактического назначения. Негативно к этому вопросу относятся лишь 4% респондентов. Мотивация предпочтений респондентов при совершении покупки состоит из уровня доходов, консерватизма в спросе, состояния здоровья, ограниченности выбора, близости мест реализации, внешнего вида и др.

Ключевые слова: маркетинг, исследования, мотивация, кондитерские изделия

MARKET RESEARCHES OF CONSUMER MOTIVATIONS AND PREFERENCES AT THE CHOICE OF CONFECTIONERY

Tarasenko N.A., Baranova Z.A.

*FGBOU VPO «Kuban State Technological University»,
Krasnodar, e-mail: natagafonova@mail.ru*

Research objective is studying of process of making decision on purchase, reaction to purchase of the factors defining behavior of these consumers. In order that the analysis of the market really was objective, observance of the evidence-based rules of procedure of poll developed within social sciences is necessary. The correct positioning of functional products provides their successful advance in the market. The most popular flour confectionery among respondents cookies (28%) admit, 25% of respondents buy wafers, gingerbreads – 15, and only 5% – pies more often. As a result of the conducted research it became clear that are the main reasons for low demand for preventive products from the point of view of consumers: lack of information of the population on medicinal properties of production, high prices, insufficient choice and unsatisfactory quality. Despite not considerable interest of the confectionery interrogated to a nutrition value, the majority of them considers necessary production of preventive appointment. Only 4% of respondents are negative to this question. The motivation of preferences of respondents at commission of purchase consists of the level of the income, conservatism in demand, states of health, limitations of a choice, proximity of places of realization, appearance, etc.

Keywords: marketing, researches, motivations, confectionery

С позиции современного маркетинга, для того чтобы действовать на рынке более эффективно, производителю необходимо «создать своего потребителя», знать его предпочтения в выборе товаров и лучше приспособляться к его требованиям [5]. С этой целью нами было проведено исследование потребительских мотиваций и предпочтений при выборе кондитерских изделий.

Целью исследования является изучение процесса принятия решения о покупке, реакции на покупку, факторов, определяющих поведение данных потребителей. Для того чтобы анализ рынка действительно был объективным, необходимо соблю-

дение научно обоснованных правил процедуры опроса, выработанных в рамках социальных наук.

Для разработки и внедрения продукции нового вида важно знать предпочтения населения относительно товаров той или иной группы, в частности мучных кондитерских и кулинарных изделий, уровень потребления которых в России достаточно высок. Доля же изделий профилактического лечебного назначения составляет в среднем по России 8–10%. Кроме того, наблюдается тенденция увеличения объема выпуска дорогостоящей продукции с высоким содержанием жира и сахара,

противоречащая основным положениям теории здорового питания [2].

Анализ рынка мучных кондитерских изделий, а также маркетинговые исследования вносят существенный вклад в развитие производства данной продукции.

В результате одного из таких исследований [3] было выявлено, что большинство респондентов предпочитают потреблять мучные кондитерские изделия несколько раз в неделю (41% мужчин и 59% женщин). Учитывая также, что более 20% опрошенных потребляют данную продукцию ежедневно, можно говорить о значительной роли мучных кондитерских и кулинарных изделий в питании граждан. А также было зафиксировано, что вафельные изделия в большей степени предпочитают люди старше 55 лет.

На вопрос: «Стали бы Вы потреблять чаще мучные кондитерские и кулинарные изделия, если бы в их состав входили полезные продукты?» 53% мужчин и 44% женщин ответили положительно. Особенно это приветствуют мужчины до 25 (64%) и 45–55 лет (71%), а также женщины 35–45 лет (70%). Около 35% респондентов факт наличия полезных продуктов не интересует.

Важность низкой калорийности мучных кондитерских и кулинарных изделий отметили только 27% мужчин и 46% женщин. Среди них особенно внимательны к этому показателю женщины 25–35, а также 45 лет и старше (более 67% по каждой категории) и мужчины за 55 лет (37%) [4].

В современном мире все большее значение приобретают продукты питания профилактического назначения. При их производстве особое внимание должно уделяться продукции массового потребления.

В рамках государственной политики доля продуктов массового потребления,

обогащенных витаминами и минеральными веществами, должна составить не менее половины общего объема производства. Мучные кондитерские изделия остаются одним из основных продуктов питания большинства населения, поэтому создание продукции, которая является не только пищей, но и имеет лечебно-профилактические свойства – важный резерв повышения здоровья населения. Правильное позиционирование функциональных продуктов обеспечивает их успешное продвижение на рынке (рис. 1). В связи с этим актуальны исследования потребительских мотиваций и предпочтений при выборе кондитерских изделий.

Печенье является самым популярным (28%) мучным кондитерским изделием, 25% опрошенных чаще покупают вафли, чем пряники (15%), и всего 5% – торты.

В результате проведенного исследования выяснилось, что основными причинами низкого спроса на профилактические изделия с точки зрения потребителей являются: неосведомленность населения о лечебных свойствах продукции, высокие цены, недостаточный выбор и неудовлетворительное качество.

Мнения потребителей о наиболее значимых показателях при покупке изделий профилактического назначения представлены на рис. 2.

Таким образом, наиболее значимыми критериями для покупателей являются свежесть, вкус и запах, внешний вид.

Несмотря на незначительный интерес опрошенных к пищевой ценности кондитерских изделий, большинство из них (70%) считает необходимым производство продукции профилактического назначения. Негативно к этому вопросу относятся лишь 4% респондентов.

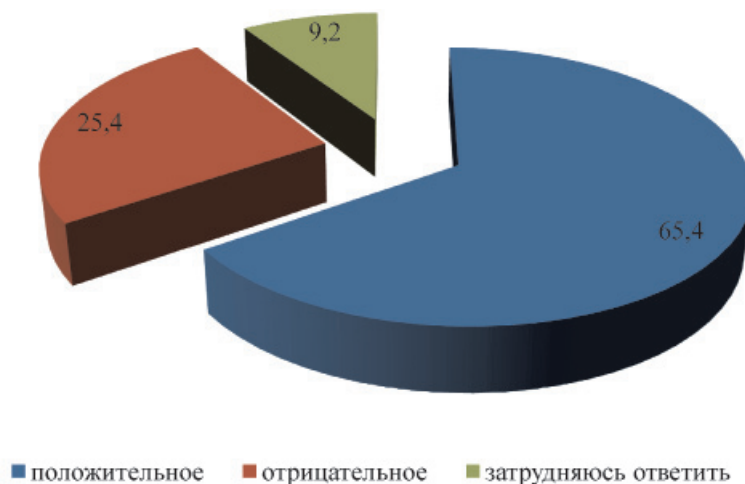


Рис. 1. Диаграмма зависимости отношения респондентов к кондитерским изделиям профилактического назначения

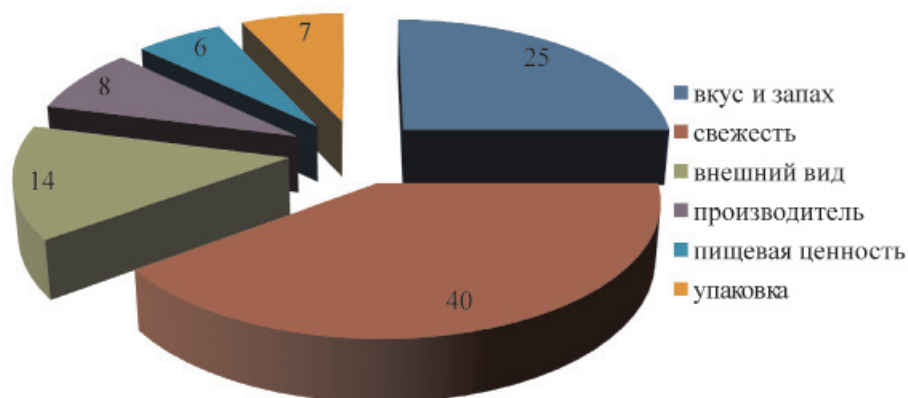


Рис. 2. Значимость свойств мучных кондитерских изделий для потребителей

Мотивация предпочтений респондентов при совершении покупки состоит из уровня доходов, консерватизма в спросе, состояния здоровья, ограниченности выбора, близости мест реализации, внешнего вида и др.

Анализируя полученные данные, установили, что основным мотивом является консерватизм покупательского спроса, на втором месте – уровень доходов.

В настоящее время потребитель кондитерских изделий стремится покупать высококачественные изделия широкого ассортимента, не затрачивая усилия на поиск мест покупки, приобретает их в непосредственной близости, не обращая внимания на производителя.

Таким образом, проведенные маркетинговые исследования потребительских мотиваций и предпочтений при выборе кондитерских изделий позволили сделать вывод о том, что обеспечение здоровья населения возможно за счет комплексного подхода к выбору функциональных ингредиентов для обогащения кондитерских изделий.

Исходя из всего вышеописанного, на кафедре технологии зерновых, хлебных, пищевкусовых и субтропических продуктов ведутся разработки мучных кондитерских изделий с использованием функциональных пищевых добавок [1, 8–9].

Так авторами [6] изучен химический состав и свойства пищевых волокон, полученных из семян эспарцета, растения семейства бобовых, и исследована возможность внесения пищевых волокон при производстве нового вида мучного кондитерского изделия – вафельных крипс при замене от 3 до 10% муки. Установлено, что пищевые волокна из семян эспарцета снижают влажность изделий и намокаемость, что можно объяснить значительным увеличением плотности вафельного теста

с увеличением дозировки волокон и пониженной влажностью самой добавки, обладающей пониженной водопоглотительной способностью. В результате оптимальной выбрана дозировка 5% волокон от массы муки и разработана рецептура вафельных крипс «Здоровье». Использование пищевых волокон, полученных из семян эспарцета, при производстве вафельных крипс позволит получить продукты, оказывающие положительное влияние на физиологические функции организма человека и усилить вкус и аромат готовых изделий.

Процесс создания качественной продукции, способной максимально удовлетворить запросы современных потребителей, требует четкого понимания современных рыночных тенденций и внедрения инноваций. В связи с этим учеными [7] проводятся исследования по созданию нового вида вафель, а именно SPA-вафель. SPA-вафли специально производятся для использования при водных процедурах в целях достижения максимального релакса и для общего тонизирующего действия. Установлено, что минеральная вода, входящая в их состав, благодаря своим целебным свойствам благотворно влияет на здоровье, самочувствие и улучшает жизненный тонус. При оценке качества готовых изделий по стандартным методикам были определены физико-химические показатели качества контрольного и опытного образцов. Опытные образцы SPA-вафель, приготовленные с добавлением функциональных ингредиентов, по основным показателям отличаются от контрольного образца, в них полностью отсутствует сахараза и содержание белка в них выше в два раза, а также они обладают антиоксидантными и тонизирующими свойствами за счет введения в рецептуру ореха кола и фосфолипидного продукта «Фэис».

Если говорить о тенденциях рынка профилактических изделий, то постепенно, но уверенно полезные кондитерские изделия выходят из ниши специпитания для образовательных, лечебных, оздоровительных, спортивных учреждений. Мода на здоровый образ жизни, а также желание покупателей иметь те самые модельные пропорции тела вступает в конфликт с устоявшимися пищевыми привычками, и в этой ситуации выигрывают производители, которые могут предложить традиционные изделия с улучшенным, облегченным содержанием.

Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта № 15-36-01235 от 03.06.2015 г. «Социальные аспекты и профилактика сахарного диабета и ожирения».

Список литературы

1. Джахимова О.И., Красина И.Б., Тарасенко Н.А. Применение функциональных добавок при производстве мучных кондитерских изделий // Известия высших учебных заведений. Пищевая технология. – 2013. – № 1 (331). – С. 40–42.
2. Евдокимова О.В. Методология повышения эффективности продвижения функциональных пищевых продуктов на потребительский рынок / О.В. Евдокимова, Е.П. Корнена, Т.В. Першакова, А.А. Щипанова, Р.С. Фукс // Известия вузов. Пищевая технология. – 2009. – № 2–3. – С. 107–109.
3. Еремина О.Ю., Иванова Т.Н. Анализ удельного веса хлебопродуктов в потребительской корзине и денежных доходах населения // Пищевая промышленность. – 2010. – № 5. – С. 42–44.
4. Молчанова Е.Н., Шипарева М.Г., Карушева М.Г. Маркетинговое исследование предпочтений потребителей мучных кондитерских изделий // Кондитерское производство. – 2012. – № 5. – С. 28–32.
5. Солдаткина О.В. Результаты маркетингового исследования потребительских предпочтений на рынке хлебобулочных и кондитерских товаров г. Оренбурга // Вестник ОГУ. – 2011. – № 5 (124). – С. 59–63.
6. Тарасенко Н.А. Использование пищевых волокон, полученных из семян эспарцета, в производстве вафельных крисп // Известия высших учебных заведений. Пищевая технология. – 2014. – № 4. – С. 53–55.
7. Тарасенко Н.А. Разработка нового вида кондитерского изделия – SPA-вафель // Известия высших учебных заведений. Пищевая технология. – 2014. – № 5–6. – С. 50–53.
8. Тарасенко Н.А. Разработка технологии вафель функционального назначения с использованием стевиизиды: дис. ... канд. техн. наук. – Краснодар, 2010. – 181 с.

9. Тарасенко Н.А., Никонович С.Н. Разработка рецептуры пралиновых конфет с функциональным жировым компонентом // Известия высших учебных заведений. Пищевая технология. – 2014. – № 1 (337). – С. 64–66.

References

1. Dzhahimova O.I., Krasina I.B., Tarasenko N.A. Prime-nenie funkcionalnyh dobavok pri proizvodstve mучnyh konditerskih izdelij // Izvestija vysshih uchebnyh zavedenij. Pishhevaja tehnologija. 2013. no. 1 (331). pp. 40–42.
2. Evdokimova O.V. Metodologija povyshenija jeffektivnosti prodvizhenija funkcionalnyh pishhevyyh produktov na potrebitelskij rynek / O.V. Evdokimova, E.P. Kornena, T.V. Pershakova, A.A. Shhipanova, R.S. Fuks // Izvestija vuzov. Pishhevaja tehnologija. 2009. no. 2–3. pp. 107–109.
3. Eremina O.Ju., Ivanova T.N. Analiz udelnogo vesa hleboproduktov v potrebitelskoj korzine i deneznyh dohodah naselenija // Pishhevaja promyshlennost. 2010. no. 5. pp. 42–44.
4. Molchanova E.N., Shipareva M.G., Karusheva M.G. Marketingovoe issledovanie predpochtenij potrebitelej mучnyh konditerskih izdelij // Konditerskoe proizvodstvo. 2012. no. 5. pp. 28–32.
5. Soldatkina O.V. Rezultaty marketingovogo issledovaniya potrebitelskih predpochtenij na rynke hlebobulochnyyh i konditerskih tovarov g. Orenburga // Vestnik OGU. 2011. no. 5 (124). pp. 59–63.
6. Tarasenko N.A. Ispolzovanie pishhevyyh volokon, poluchennyh iz semjan jesparceta, v proizvodstve vafelnyh krisp // Izvestija vysshih uchebnyh zavedenij. Pishhevaja tehnologija. 2014. no. 4. S. 53–55.
7. Tarasenko N.A. Razrabotka novogo vida konditerskogo izdelija SPA-vafel // Izvestija vysshih uchebnyh zavedenij. Pishhevaja tehnologija. 2014. no. 5–6. pp. 50–53.
8. Tarasenko N.A. Razrabotka tehnologii vafel funkcionalnogo naznachenija s ispolzovaniem steviozida: Diss. ... k. t. n. Krasnodar, 2010. 181 p.
9. Tarasenko N.A., Nikonovich S.N. Razrabotka receptury pralinovyh konfet s funkcionalnym zhirovym komponentom // Izvestija vysshih uchebnyh zavedenij. Pishhevaja tehnologija. 2014. no. 1 (337). pp. 64–66.

Рецензенты:

Шаззо А.Ю., д.т.н., профессор, заведующий кафедрой технологии зерновых, хлебных, пищевкусовых и субтропических продуктов, ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный технологический университет», г. Краснодар;

Ильинова С.А., д.т.н., профессор кафедры технологии жиров, косметики, товароведения, процессов и аппаратов, ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный технологический университет», г. Краснодар.