

УДК 664.858.8

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
РЫНКА МАРМЕЛАДА КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ
И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ЕГО РАСШИРЕНИЯ**

Петрухин Денис Александрович

студент

denisrussia2000@gmail.com

Ключко Наталия Юрьевна

кандидат технических наук, доцент

natalya.kluchko@klgtu.ru

Калининградский государственный технический университет

г. Калининград, Россия

Аннотация. Статья посвящена анализу рынка мармеладных изделий Калининградской области. Изучены ассортимент, состав данной продукции, его стоимость. Путем опроса респондентов определены основные предпочтения при выборе мармелада, определены возможные пути повышения его биологической ценности.

Ключевые слова: мармелад, маркетинговые исследования, обогащенный продукт, натуральные ингредиенты.

Анализ рынка мармелада в России в 2016–2020 гг, по данным BusinesStat, показал, что продажи данного продукта в Российской Федерации за 2015–2019 гг увеличились на 14,2% [1]. Очевидно, это связано, как с позиционированием мармелада как наиболее полезного кондитерского изделия, так и собственно расширением его ассортимента, активной рекламой и развитием в России сетей розничных магазинов по продаже сладостей.

Цель настоящих исследований заключалась в анализе рынка Калининградской области в части мармеладно-пастильных изделий, выявлении спроса населения на данную продукцию, а также возможных путей её расширения.

При изучении состава продукции, а также её ассортимента была исследована продукция, представленная в магазинах г. Калининграда - торговых сетях «Виктория», «Светофор», «Брусничка», «Spar» и других.

В результате маркетинговых исследований в 2020–2021 гг. [2] был сделан вывод, что ассортимент мармелада в магазинах г. Калининграда очень широк, при этом в 2021 г. он стал большей частью представлен продукцией отечественного производителя. В среднем продукция за 100 г имеет стоимость 21–33 ₹ и зависит от присутствия в ней натуральных ингредиентов. Наиболее дешевым мармеладом является мармелад российского производителя ООО «Славконд» (14–21 ₹ за 100 г), самым дорогим, тайландского - «Jelly Belly» (331,6 ₹ за 100 г).

Выявление спроса на мармеладную продукцию проводилось путём интернет-опроса потребителей сладостей. Большинство респондентов (58,3%) - женского пола в возрасте от 20 до 29 лет (61,7%). Оказалось, что группа мармеладно-пастильных изделий занимает одно из лидирующих позиций при покупке респондентами сладостей, уступая лишь конфетам и карамели (рис.1).

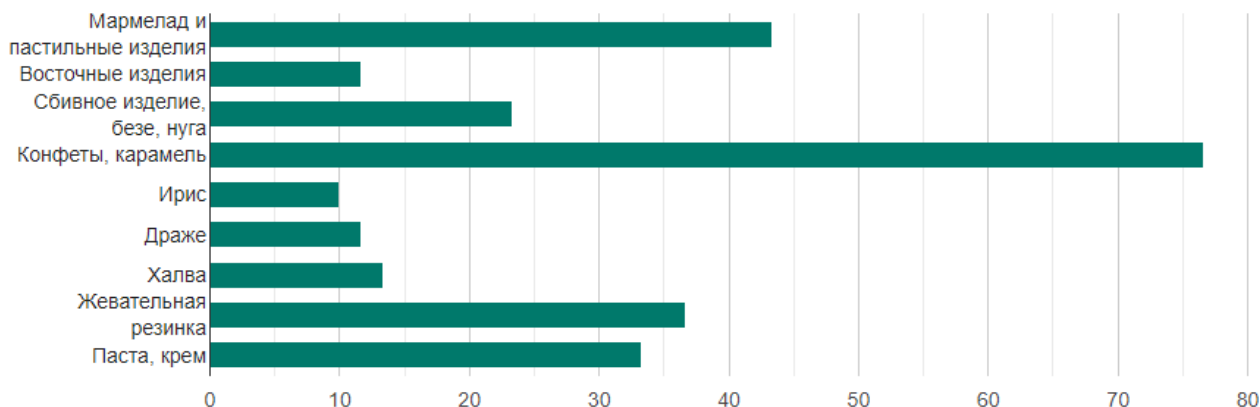


Рисунок 1 – Распределение респондентов по предпочтениям в выборе сахаристых кондитерских изделий

При этом опрос показал, что потребитель заинтересован больше в жевательном мармеладе (рис.2б).

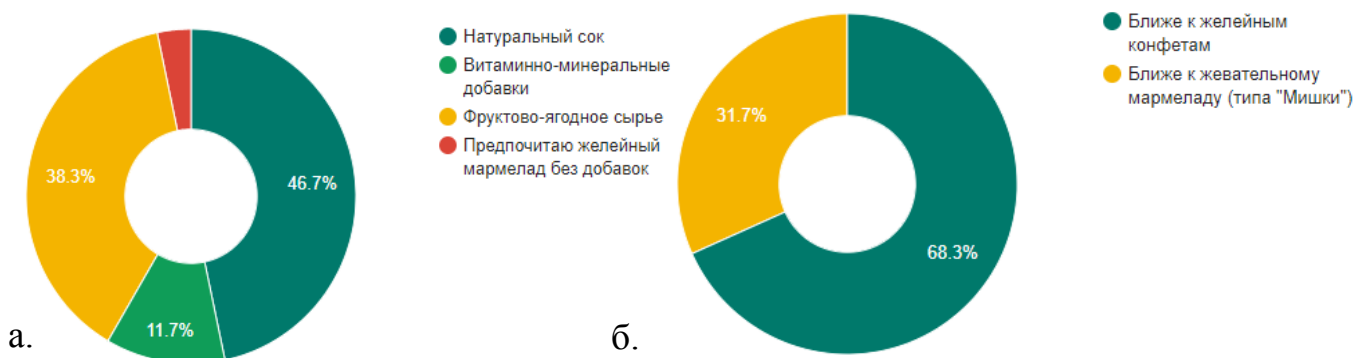


Рисунок 2 – Распределение респондентов

Подавляющее большинство респондентов предпочло продукцию именно этой консистенции. Очевидно, это связано с тем, что процесс жевания может играть роль антидепрессанта.

Рисунок 2 – а. Распределение респондентов по результатам ответа на вопрос: «Какие из наиболее часто вводимых в состав мармелада ингредиентов в большей степени привлекают Ваше внимание?»; б. Распределение респондентов по результатам ответа на вопрос: «Какую консистенцию мармелада Вы предпочитаете для употребления в пищу?»

Анализ состава мармелада показал, что в его составе присутствует много ароматизаторов и красителей. В связи с этим, потребитель обращает все больше внимания на продукцию, приготовленную с использованием натуральных ингредиентов. Соки в составе мармеладной массы - наиболее привлекательные компоненты для осуществления покупки исследуемого продукта (рис.2а). Население г. Калининграда приветствует также обогащение мармеладной массы различным природным сырьем, повышающим биологическую ценность продукта. Большинство опрошенных предпочли введение в её состав ягод, выращиваемых на территории Калининградской области (рис.3).

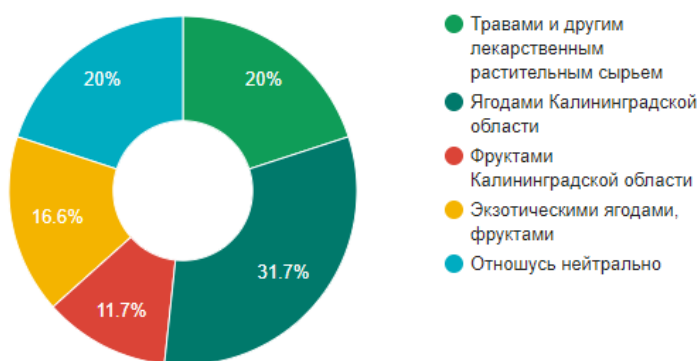


Рисунок 3 - Распределение респондентов по результатам ответа на вопрос: «Хотели бы Вы попробовать мармеладно-пастильные изделия повышенной биологической ценности, обогащенные: ...»

По результатам маркетинговых исследований видно, что мармелад является продуктом, пользующимся большим спросом среди населения г. Калининград. При этом в местных магазинах он представлен в очень широком ассортименте при относительно доступной цене. Изучение состава мармелада показало, что его витаминно-минеральный состав достаточно беден, что дает основание для разработки рецептур повышенной биологической ценности. Кроме того, обогащенная мармеладная продукция приветствуется и потенциально будет иметь спрос у населения г. Калининград.

Список литературы:

1. Анализ рынка жевательного мармелада в России в 2016–2020 гг, оценка влияния коронавируса и прогноз на 2021–2025 гг // businessstat.ru: [сайт]. – 2020. – URL: <https://businessstat.ru/catalog/id10117/>

2. Петрухин, Д.А. Современные тенденции в производстве мармеладопастильных изделий / Д.А. Петрухин, Е.Д. Ковалева, Н.Ю. Ключко // Вестник молодёжной науки. – 2020. №3 (25). С. 1–8.

UDC 664.858.8

**MARKETING RESEARCH ON THE MARMALADE MARKET IN THE
KALININGRAD REGION AND POSSIBLE WAYS TO EXPAND IT**

Petrukhin Denis Alexandrovich

student

denisrussia2000@gmail.com

Klyuchko Natalya Yurievna

Candidate of technical sciences, Associate professor

natalya.kluchko@klgtu.ru

Kaliningrad State Technical University

Kaliningrad, Russia

Annotation. Among the sugary confectionery products, marmalade is a product that is in great demand among the population of our country. The article is devoted to a marketing analysis of the marmalade market in the Kaliningrad region. The composition of the product and variations in its price have been studied. The reasons for choosing marmalade have been determined by interviewing respondents.

Key words: confectionery, marmalade, market analysis, market research.