

УДК 664.1

**АССОРТИМЕНТ ЗЕФИРА РЕАЛИЗУЕМОГО НА
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ Г. МИЧУРИНСКА**

Каранян И.К.

к.с-х.н., доцент,
ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ,
г. Мичуринск, РФ
ikar58@bk.ru

Попова К.С.,

магистр
ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ,
г. Мичуринск, РФ

Аннотация: В последнее время из отечественных магазинов начала исчезать зарубежная кондитерская продукция, а на ее место приходят отечественные изделия, такие фабрики как «Красный Октябрь», «Большевик», «Ударница», комбинаты «Бабаевский», «Рот-Фронт». В работе проведены маркетинговые исследования ассортимента и потребительских предпочтений при покупке зефира в г. Мичуринске.

Ключевые слова: ассортимент, потребительский рынок, зефир.

В России зефир был создан в 1930 году и свое название он получил за необыкновенную нежность и воздушность. В советские годы зефир был дефицитом: небольшие коробки входили в номенклатурные «заказы». Теперь зефира довольно много на российском рынке, но нельзя сказать, чтобы производителям такого рода продукции стало тесно.

За последние годы организован целый ряд новых предприятий и цехов кондитерской промышленности, так как данная отрасль является инвестиционно привлекательной. Среди данных предприятий отчетливо наблюдается тенденция объединения и укрупнения с целью консолидации усилий и своих ресурсов в конкурентной борьбе, имеет место и специализация отдельных предприятий внутри таких объединений по выпуску более узких товарных групп кондитерских изделий. В настоящее время в России создано объединение «Сладко» (3 предприятия), «Объединенные кондитеры» («Рот-Фронт», группа предприятий ОАО «Красный Октябрь», АО «Бабаевское» и др.)

В настоящее время производители предлагают огромный ассортимент выпускаемых ими кондитерских изделий, в том числе и зефира. Нами проведены маркетинговые исследования на потребительском рынке г. Мичуринска, была выявлена доля пастильных изделий среди сахаристых кондитерских изделий.

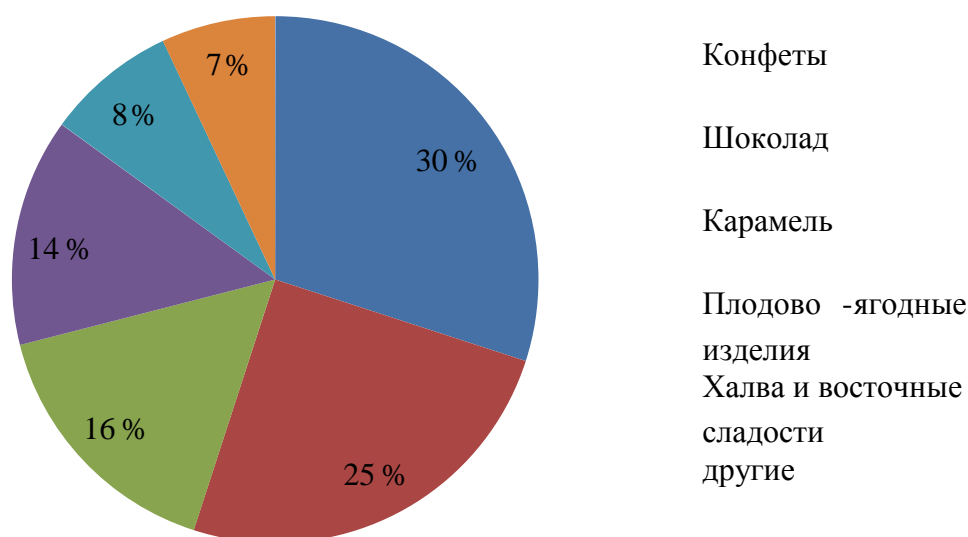


Рисунок 1 Доля пастильных изделий в общей массе сахаристых кондитерских изделий, %

Исследования показали, что лидирующую позицию занимают конфеты. Их доля на рынке г. Мичуринска составляет 30 %. Следующую нишу занимает шоколад на его долю приходится 25 %. Пастильные изделия

являются менее распространенными продуктами на рынке г. Мичуринска, на их долю приходится 14 %.

Так же была выявлена доля зефира на потребительском рынке г. Мичуринск, среди плодово-ягодных изделий.

Наиболее распространенным плодово-ягодным изделием является мармелад, на его долю приходится 38 %. Так же не менее популярным является зефир и пастила, на их долю приходится 25 % и 19 %.

В магазинах присутствует зефир как развесной, так и фасованный, но больше всего фасованного на его долю приходится 64 %, а на долю развесного зефира 36 %.

На рынке города Мичуринска существует разнообразие зефира: с начинками, с ароматическими добавками, ванильный. Доля основных видов среди представленного ассортимента представлена на рисунке 2.

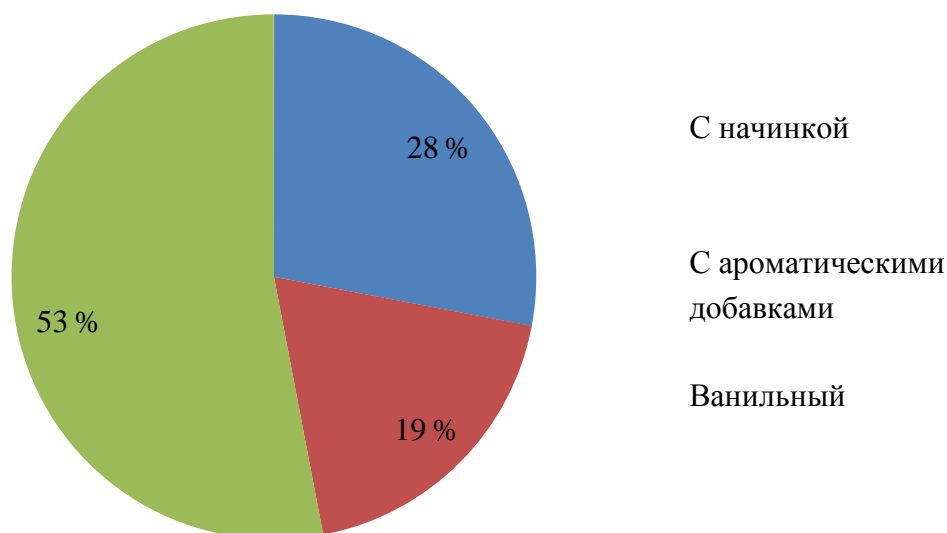


Рисунок 2 Доля основных видов зефира, %

Чаще всего на рынке г. Мичуринска встречается зефир отечественного производителя, на его долю приходится 90 %, а на долю импортного производителя зефира приходится всего 10 %. Это в основном страны ближнего зарубежья.

Так же нами был выявлен ассортимент зефира по производителям (рисунок 3).

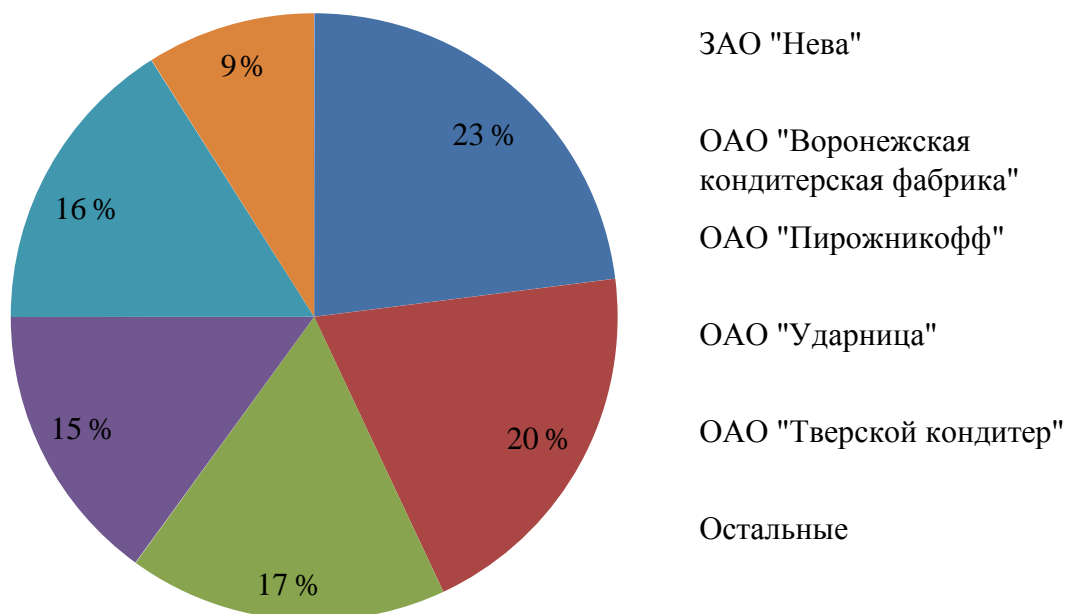


Рисунок 3 Доля реализации зефира разных поставщиков, %

Основными производителями зефира, представленными на рынке, являются: ЗАО «Нева» – 23 %, ОАО «Воронежская кондитерская фабрика» – 20 %, ОАО «Пирожникофф» – 17 %, ОАО «Тверской кондитер» – 16 %, ОАО «Ударница» – 15 %.

Для выявления потребительских предпочтений нами были проанализированы данные, полученные социологическим опросом, анкетированием. Анализ показал, что из группы фруктово-ягодных кондитерских изделий, реализуемых на потребительском рынке г. Мичуринска, наибольшее предпочтение потребитель отдает пастильным изделиям. На их долю приходится 33 %, немного уступает им мармелад 25 %, на долю джема и желе приходится 16 % и 10 % соответственно, а наименьшей популярностью пользуются варенье 9 % и повидло 7 %.

Что касается разновидностей зефира, то наибольшей популярностью у покупателей пользуется зефир ванильный 36 %, за ним следует бело-розовый 25 %, крем-брюле 17 %, сливочный 13 %, на долю остальных разновидностей приходится 9 % (рисунок 4).

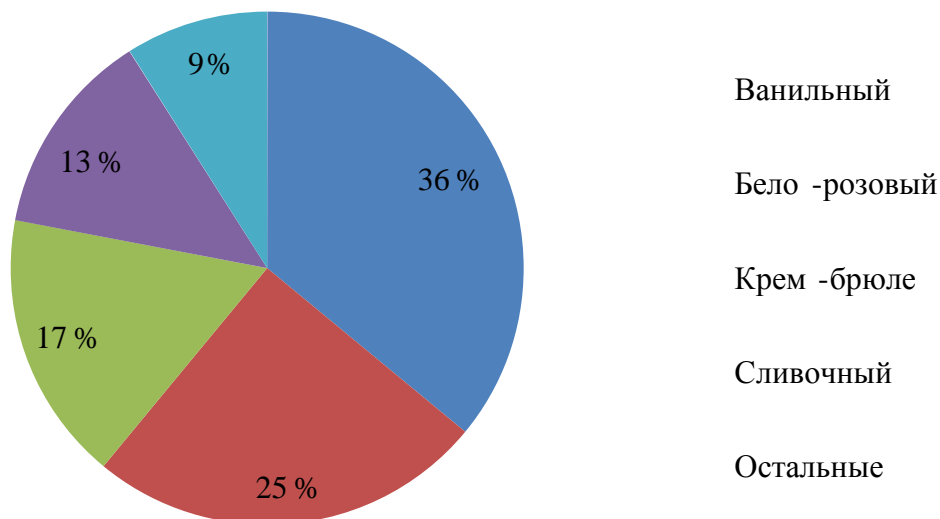


Рисунок 4 Предпочтение потребителей по разновидностям зефира

Также нами было выявлено, что потребители в большинстве предпочитают покупать зефир неглазированным (53 % респондентов против 47 %) особенно часто покупают неглазированный зефир подростки и пенсионеры, остальные – при возможности выбора предпочитают глазированные изделия.

При анализе потребительских предпочтений в зависимости от вида фасовки, нами было установлено, что мелкая фасовка зефира в индивидуальной упаковке не пользуется чрезмерно высокой популярностью среди потребителей, на ее долю приходится 46 %, а на развесной зефир – 54 %. Потребители считают более удобным покупать зефир в развес, так как чаще всего зефир приобретается для разового потребления и не хранится, а также в понимании потребителей фасованный в фирменную упаковку товар стоит дороже.

У 28 % покупателей определяющим фактором при выборе зефира является его внешний вид и упаковка, 26 % учитывают цену товара, у 24 % покупателей – производитель, и 22 % обращают внимание на наличие функциональных свойств

Наиболее оптимальная цена, согласно нашим исследованиям, составляет 100 рублей за килограмм. Также при выборе продукции

потребители учитывают и качественные характеристики приобретаемого товара.

Исследования показали, что потребительский рынок г. Мичуринска располагает достаточно разнообразным ассортиментом зефира, для того, чтобы удовлетворить потребности потребителей.

Список литературы:

1. Изделия кондитерские пастильные. Общие технические условия (ГОСТ 6441-2014). – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200118646>

THE RANGE OF MARSHMALLOWS SOLD IN THE CONSUMER MARKET OF MICHURINSK

Karanian I.K.

agricultural Sciences,

associate Professor,

Michurinsk State Agrarian University,

Michurinsk, Russia

Popova K.C.

master

Michurinsk State Agrarian University,

Michurinsk, Russia

Abstract: Recently, foreign confectionery products have started to disappear from domestic stores, and in its place come domestic products, such as factories as "Red October", "Bolshevik", "Udarnitsa", factories "Babaevsky", "Roth-Front". The paper presents marketing research of assortment and consumer preferences when buying a Zephyr in the city of Michurinsk.

Key words: assortment, consumer market, marshmallow.