

УДК 339.1: 641.51

DOI: 10.26140/anie-2019-0803-0022

## ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ, КАК ОСНОВА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ ЛИНЕЙКИ МУЧНЫХ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

© 2019

**Вершинина Анна Геннадьевна**, кандидат технических наук, доцент кафедры  
Международного маркетинга и торговли

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
(690014, Россия, Владивосток, ул. Гоголя, 41, e-mail: anna.vershinina@mail.ru)*

**Холодкова Арина Евгеньевна**, менеджер по продажам

*ООО «Фреш 25»*

*(690014, Россия, Владивосток, ул. Давыдова, 18, e-mail: arinaholodkova1997@mail.ru)*

**Аннотация.** В данной статье рассмотрены вопросы по исследованию потребительских предпочтений с целью формирования новой ассортиментной линейки продукта. Разнообразие ассортимента кондитерских изделий представлено как импортной, так и продукцией местных производителей. Наблюдается тенденция, направленная на расширение ассортимента рынка кондитерских изделий отечественного производства с использованием нетрадиционного сырья, отражающего включения добавок, производимых из местной флоры, а именно барбариса, ламинарии, двустворчатых моллюсков и т.д. С этой целью производители запускают новые, ранее не опробованные потребителями вкусы, которые не всегда отвечают их ожиданиям. В статье также рассмотрены психологические аспекты выбора потребителями продукции мучных кондитерских изделий (печенья). Маркетинговое исследование проведено с помощью метода опроса в отношении выбора печенья респондентами всех возрастов. На основе проведенного исследования выполнен статистический анализ данных с последующим представлением результатов и их интерпретацией. Практическая значимость проведенного в работе исследования заключается в том, что полученные результаты потребительских предпочтений на рынке мучных кондитерских изделий города Владивостока могут быть использованы в деятельности предприятий, занимающихся производством и реализацией печенья для формирования ассортиментной линейки продукта.

**Ключевые слова:** мучные кондитерские изделия, потребительские предпочтения, тенденции развития, маркетинговое исследование, виды печенья, ассортиментная линейка, импортная продукция, отечественное производство.

## CONSUMERS' PREFERENCES AS THE BASIS TO MAKE A PRODUCT LINE OF FLOUR CONFECTIONARY

© 2019

**Vershinina Anna Gennadievna**, dosent, of the department  
of «International Marketing and Trade»

*Vladivostok State University of Economics and Service  
(690014, Russia, Vladivostok, street Gogolya, 41, e-mail: anna.vershinina@mail.ru)*

**Kholodkova Arina Evgenievna**, manager on sale

*LLC «Fresh 25»*

*(690014, Russia, Vladivostok, street Davedova, 18, e-mail: arinaholodkova1997@mail.ru)*

**Abstract.** This article reviews issues on the study of consumer preferences in order to form a new product line. The variety of the flour confectionery product range is reflected by imported and local products. The trend is directed at expanding the range of the domestic confectionery market, using both traditional and non-traditional raw materials, reflecting the use of additives produced from the local flora, namely barberry, kelp, bivalve mollusks, etc. To this end, manufacturers launch new, previously not tested by consumers tastes, that do not always meet their expectations. The article also reviews the psychological aspects in consumers' choice of flour confectionery products (cookies). The marketing research is made using a survey method in relation to the choice of cookies by respondents of all ages. Statistical analysis of the data is based on the conducted research with the subsequent presentation of the results and their interpretation. The practical significance of the conducted research is that the results of consumers' preferences on the flour confectionery market in Vladivostok can be used in the activities of enterprises engaged in the production and sale of cookies to form an assortment product line.

**Keywords:** flour confectionary, consumers' preferences, development trends, marketing research, types of cookies, product line, import production, domestic production.

На сегодняшний день мучные кондитерские изделия являются одними из востребованных продуктов [1]. Данные изделия не входят в состав «продуктовой корзины» и не являются товарами первой необходимости, но тем не менее считаются предпочтительными продуктами питания, которые пользуются спросом у населения [2]. Разнообразный ассортимент различных видов и вкусов печенья способен удовлетворить даже самых требовательных покупателей. Производители пытаются привнести что-то новое для привлечения потребителей: новые вкусы, технологии производства и формы печенья. Выбор покупателей определяется продукцией, предоставляемой производителями.

Цель данного исследования - выявление предпочтений потребителей для формирования новой ассортиментной линейки мучных кондитерских изделий.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

- проанализировать особенности потребительского поведения;
- выявить факторы выбора мучных кондитерских из-

делий;

- сформулировать рекомендации производителям для создания ассортиментной линейки.

Производство кондитерских изделий тесно взаимодействует с пищевой промышленности во всем продовольственном комплексе. Кондитерская промышленность России составляет около 3 млн. тонн продукции в год [3].

Мучные кондитерские изделия лидируют на рынке за счет своей доступности для населения и их традиционности в структуре питания [4]. Они обладают высокой энергетической ценностью, отличаются насыщенным вкусом, приятным внешним видом [5]. Мучные кондитерские изделия являются источником углеводов, жиров, а при использовании молочных и яичных продуктов, орехов, сои, арахиса - белка [6].

Существует несколько видов печенья в зависимости от рецептуры и особенностей производства [7]:

- сахарное печенье - мучное кондитерское изделие с повышенным содержанием сахара, жира, яичных продуктов, имеющее сладкий вкус, более темную окраску

поверхности, повышенную хрупкость и пористость в изломе [8].

- затяжное печенье - печенье разнообразной плоской формы, слоистой структуры, со сквозными проколами, глазированное, неглазированное, с массовой долей общего сахара не более 20%, массовой долей жира от 3% до 28 %, массовой долей влаги не более 9,5 % [10];

- сдобное печенье производится из муки высшего сорта с добавлением большого количества сахара, сливочного масла и яиц. В составе могут присутствовать такие ингредиенты, как молоко, шоколад, орехи, сухофрукты и другие продукты [11]. Сдобное печенье обладает высокой пищевой ценностью, приятным вкусом и ароматом, благодаря высококачественному сырью [12];

- овсяное печенье имеет высокую калорийность, то есть большое количество углеводов, которые медленно сгорают в организме. Такой продукт, как овсяное печенье, изготавливают из овсяной муки - сырья, помогающего снизить кровяное давление [13]. Также овсяная мука является источником растительного белка, витаминов и растворимой клетчатки [14].

В последние годы наметилась устойчивая тенденция к повышенному спросу на мучные кондитерские изделия с высокими вкусовыми и потребительскими свойствами. Особенно популярно у населения исконно русское мучное кондитерское изделие - сахарное печенье [9];

Стоит отметить, что ассортимент мучных кондитерских изделий, представленных в России, разнообразен, отличается динамичным развитием и расширением - на данный момент составляет несколько тысяч наименований [15]. В условиях насыщенного рынка и высокой конкуренции большинство потребителей отдает предпочтение товарам, отличающимся качеством. Одним из актуальных направлений развития в данном сегменте оказалось расширение ассортимента изделий с содержанием тех или иных зерновых культур, а также производство мучных кондитерских изделий для различных групп населения [16].

В России мучные кондитерские изделия составляют более 23 %, а в 2013 году потребление их населением составило 22,4 кг на одного человека. Это говорит о том, что мучные кондитерские изделия играют значительную роль в питании населения [17].

Первым этапом нашей работы необходимо было исследовать рынок печенья города Владивостока, установлено, что большую часть рынка составляют изделия отечественного производства. Значительное место в торговых точках занимают изделия местных производителей («Приморский кондитер», «Владхлеб», «Восточные сладости»).

Доля импортной продукции, представленная такими торговыми марками, как «LOTTE» и «Огео», составляет 1/3 рынка. В широкий ассортимент города Владивостока входят все виды печенья (сдобное, сахарное, затяжное и овсяное) разнообразного вида и вкуса.

Для выявления предпочтений среди потребителей в 2018 году был проведен опрос респондентов города Владивостока, выборка которого составила 235 человек [18].

Сбор информации проходил в форме опроса, выборка опрашиваемых носила случайный характер, так как исследуемому продукту потребляют все группы населения. Респонденты отвечали на предложенные вопросы в форме анкеты. Состав респондентов по половому признаку распределился таким образом: мужчины - 37,9 %, женщины - 62,2 %.

Результаты распределения респондентов по предпочтению вида печенья представлены на рисунке 1.

Анализируя рисунок 1, видно, что овсяное печенье является лидером среди всех видов (33,2 %), на втором месте сдобное и сахарное (26,8 % и 25,1 %). Данный факт объясняется тем, что овсяное печенье содержит высокое содержание клетчатки, меньше жира и сахара, в результате это оказывает влияние при его покупке, а

на последнем месте затяжное печенье (15 %). Оно менее жирное, не очень сладкое, имеет своеобразную слоистую консистенцию и чаще всего рекомендуется детям.

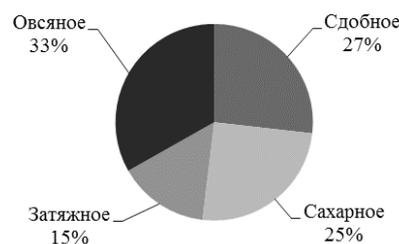


Рисунок 1 - Распределение респондентов по предпочтению вида печенья

Следующим этапом необходимо было выявить предпочтения респондентов по странам производителям, представленным на рынке города Владивостока, с целью установления востребованности продукта отечественного производителя. Данные отражены на рисунке 2.

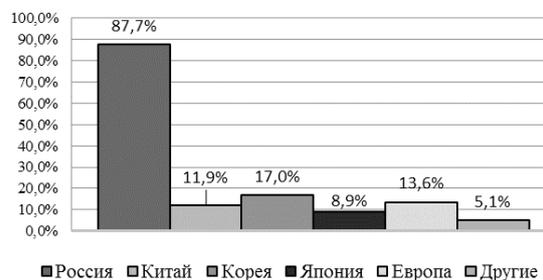


Рисунок 2 - Распределение респондентов по странам производителям

Как следует из рисунка 2, большая часть респондентов отдает свои предпочтения отечественному производителю (87,7 %), из импортных отдают выбор Корею (17 %), Японии (8,9 %) и Китаю (11,9 %). Отсюда следует, что продукт отечественного производителя является очень востребованным на рынке.

Далее необходимо было выяснить, что же является критерием покупки с целью выявить на что, ориентируются покупатели при выборе печенья. В результате опроса установили, что решающим фактором является цена печенья (60,9 %) и внешний вид (58,3 %), далее по предпочтениям идет производитель 32,8 %, потом покупатели обращают внимание на состав продукта 32,8 %, 17 % обращают внимание на упаковку.

Следующая задача исследования - выяснение основных факторов, влияющих на приобретение мучных кондитерских изделий. Для 66,8 % респондентов лидирующим фактором приобретения является привычный полубившийся вкус, остальными являются: 28,10 % - популярность бренда, 29,40 % - упаковка, 32,30 % - новинка, 31,5 % - совет друга. Основная доля респондентов является консерваторами в выборе печенья, так как потребители опасаются, что данный продукт не удовлетворит их ожиданиям. Поэтому производителям стоит быть внимательными к потребностям потребителей при формировании ассортиментной линейки и большую долю отдавать традиционным видам печенья.

Следующим шагом выяснили, какой из видов упаковки кондитерских изделий востребован потребителем. В результате опроса установили, что 35,7 % выбирают картонную упаковку, хотя такая упаковка увеличивает стоимость печенья. Однако картон является экологичным сырьем, что, безусловно, говорит о его плюсах [19]. 28,9 % респондентов покупают печенье в полимерных брикетах, полимерный пакет (непрозрачный) предпо-

читают 23 %, полиэтиленовый пакет - 8,9 %, остальные выбирают жестяную банку (3,5 %).

Очень важным вопросом с точки зрения психологических основ товароведения является выбор формы печенья. Большинство покупателей привлекает круглое печенье (63 %), 34 % и 33,2 % отдают предпочтение традиционному квадратному и прямоугольному изделию. 17,4 % любят покупать печенье, имеющее овальную форму печенья, 16,6 % - отдают свой выбор фигурному печенью. Согласно проведенным исследованиям женщины наиболее склонны к выбору печенья фигурной формы, мужчины, напротив, предпочитают квадратные и прямоугольные, а круглые являются универсальными и самыми популярными среди респондентов [20]. С этой точки зрения, можно рекомендовать производителям больше изготавливать круглые и квадратные печенья.

Далее необходимо было выяснить вкусовые предпочтения потребителей, чтобы определить спрос на ту или иную начинку. По данным исследования, большинство покупателей (65 %) любят шоколадный вкус печенья. 37 % являются ценителями сливочного вкуса, 30,60 % респондентов покупают с ореховым вкусом. Наименьшее количество респондентов выбирают печенье с имбирным вкусом 13,2 %. Поэтому производителям рекомендуется при создании своей ассортиментной линейки не забывать, что сливочный и шоколадный вкус имеют высокий спрос.

Поскольку в ассортименте печенья имеются и виды с начинкой, следующим этапом исследования было выявление типов начинок, пользующихся спросом. Большинство покупателей (55,3 %) приобретают печенье с шоколадной начинкой. Примерно одинаковое количество респондентов предпочитают ореховую и молочную начинки, а также начинку из сгущенного молока, 17,9 % покупают печенье с сырной начинкой. Полученные данные говорят о популярности шоколадной начинки у потребителей.

Таким образом, на основании проведенных исследований по выявлению предпочтений потребителей для формирования новой ассортиментной линейки мучных кондитерских изделий. в городе Владивостоке нами были сделаны следующие выводы:

– овсяное печенье является лидером среди всех видов (33,2 %), на втором месте сладкое и сахарное (26,8 % и 25,1 %). Это объясняется тем, что овсяное печенье содержит высокое содержание клетчатки, меньше жира и сахара, в результате оказывает влияние при его покупке, а. на последнем месте затыжное печенье (15 %). Оно менее жирное, не очень сладкое, имеет своеобразную слоистую консистенцию и чаще всего рекомендуется детям;

– большая часть респондентов отдает свои предпочтения отечественному производителю (87,7 %), из импортных отдают выбор Корею (17 %), Японии (8,9 %) и Китаю (11,9 %). Отсюда следует, что продукт отечественного производителя является очень востребованным на рынке;

– решающим фактором является цена печенья (60,9 %) и внешний вид (58,3 %), далее по предпочтениям идет производитель 32,8 %, потом покупатели обращают внимание на состав продукта 32,8 %, 17 % обращают внимание на упаковку;

– для 66,8 % респондентов лидирующим фактором приобретения является привычный полнобившийся вкус, остальными являются: 28,10 % - популярность бренда, 29,40 % - упаковка, 32,30 % - новинка, 31,5 % - совет друга. Основная доля респондентов является консерваторами в выборе печенья, так как потребители опасаются, что данный продукт не удовлетворит их ожиданиям. Поэтому производителям стоит быть внимательными к потребностям потребителей при формировании ассортиментной линейки и большую долю отдавать традиционным видам печенья;

– 35,7 % выбирают картонную упаковку, хотя такая упаковка увеличивает стоимость печенья. Однако кар-

тон является экологичным сырьем, что безусловно говорит о его плюсах [19]. 28,9 % респондентов покупают печенье в полимерных брикетах, полимерный пакет (непрозрачный) предпочитают 23 %, полиэтиленовый пакет - 8,9 %, остальные выбирают жестяную банку (3,5 %);

– большинство покупателей привлекает круглое печенье (63 %), 34 % и 33,2 % отдают предпочтение традиционному квадратному и прямоугольному изделию. 17,4 % любят покупать печенье, имеющее овальную форму печенья, 16,6 % - отдают свой выбор фигурному печенью. Согласно проведенным исследованиям женщины наиболее склонны к выбору печенья фигурной формы, мужчины, напротив, предпочитают квадратные и прямоугольные, а круглые являются универсальными и самыми популярными среди респондентов [20]. С этой точки зрения, можно рекомендовать производителям больше изготавливать круглые и квадратные печенья;

– большинство покупателей (65 %) любят шоколадный вкус печенья. 37 % являются ценителями сливочного вкуса, 30,60 % респондентов покупают с ореховым вкусом. Наименьшее количество респондентов выбирают печенье с имбирным вкусом 13,2 %. Поэтому производителям рекомендуется при создании своей ассортиментной линейки не забывать, что сливочный и шоколадный вкус имеют высокий спрос;

– Большинство покупателей (55,3 %) приобретают печенье с шоколадной начинкой. Примерно одинаковое количество респондентов предпочитают ореховую и молочную начинки, а также начинку из сгущенного молока, 17,9 % покупают печенье с сырной начинкой. Полученные данные говорят о популярности шоколадной начинки у потребителей.

Данные исследования можно рекомендовать производителям для их дальнейшего использования при изготовлении новинок печенья.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Михайлова М.В. Новые виды овсяного печенья // Успехи современного естествознания. 2011. № 7. С. 156-157.
2. Наумова Н.Л. Потребительские предпочтения челябинцев в отношении кондитерских изделий // Техника и технология пищевых производств. 2012. № 4 (27). С. 128-132.
3. Гайсина В.А., Козубаева Л.А., Кузьмина С.С. Особенности реологических свойств теста с подсолнечной и кедровой мукой // Вестник ВГУИТ. 2016. №1 (67). С. 96-100.
4. Елисеева Л.Г. Товароведение однородных групп продовольственных товаров. М.: Дашков и К, 2016. 930 с.
5. Руциц А.А. Использование морских водорослей в производстве мучных кондитерских изделий // Вестник Южно-Уральского государственного университета. 2015. №3. С. 86-92.
6. Красина И.Б., Безуглая И.Н., Нерсисян В.В., Жестовская И.В. Обогащение мучных кондитерских изделий фитодобавками // Известия ВУЗов. Пищевая технология. - 2006. - № 2-3. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/obogaschenie-muchnykh-konditerskih-izdeliy-fitodobavkami>.
7. Кочетов В.В. Анализ производства кондитерских изделий в России и Краснодарском крае // Научный журнал КубГАУ. 2015. №14. С. 1-15.
8. Артеменко А.П., Вуколова Е.И. Экспертиза качества сахарного печенья, реализуемого в розничной торговой сети // Молодежь и наука. 2012. №1. С. 206-207.
9. Щербатова Е.И. Обоснование использования нетрадиционного сырья в производстве мучных кондитерских изделий // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Пищевые и биотехнологии. - 2014. - №3. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/obosnovanie-ispolzovaniya-netraditsionnogo-syrya-v-proizvodstve-muchnykh-konditerskih-izdeliy>.
10. Фетюхина О.Н., Аюкоджанян Л.В. Метод анкетирования в маркетинговых исследованиях фирм // Science Time. 2016. № 2 (26). С. 582-587.
11. Кабардова Д.А., Таова М.Г., Таишьева М.А. О хлебных и мучных кондитерских изделиях профилактического назначения // Современные наукоемкие технологии. 2016. № 6. С. 255-259.
12. Руциц А.А., Исследование потребительских свойств песочного печенья с сахарозаменителем // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Пищевые и биотехнологии. - 2015. - №1. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-potrebitelskih-svoystv-pesochnogo-pecheniya-s-saharozamenitelem>.
13. Наумова Н.Л., Астапенко Т.Н., Позняковский В.М. Расширение ассортимента и повышение пищевой ценности печенья с добавлением овсяной муки в современных условиях производства // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. 2013. № 6 (23). С. 39-45.

14. Романов А.С., Рензяева Т.В., Назимова Г.И. Использование добавок природного происхождения для кондитерских изделий // *Хранение и переработка сельхозсырья*. 1998. № 1. С. 43.

15. Ребезов М.Б., Наумова Н.Л., Максимюк Н.Н. О целесообразности обогащения кондитерских изделий микронутриентами // *Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов*. 2011. № 4 (9). С. 70-75.

16. Батрина Н.А. Влияние различных видов упаковки на потребительские свойства сахарного печенья // *Экономическая среда*. 2015. № 2 (26). С. 42-49.

17. Пояснения к Единой товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза ТН ВЭД (в ред. рекомендации Коллегии Евразийской экономической комиссии от 24.07.2018 №12, от 30.10.2018 № 23) // *Евразийская экон. Комиссия*. Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/trade/catr/psn/Pages/default.aspx>.

18. Смертина Е.С., Вершинина А.Г. Маркетинговые исследования потребления коньяка (г. Владивосток) // *Маркетинг в России и за рубежом*. 2017. №3. С. 16 - 27.

19. Батурина Н.А., Горбач Д.А. Влияние различных видов упаковки на потребительские свойства сахарного печенья // *Экономическая среда*. 2015. № 1 (11). С. 42-49.

20. Родина Т.Г. Сенсорный анализ как составляющая товарной экспертизы пищевых продуктов // *Международная торговля и торговая политика*. 2015. № 1. С. 83 - 95.

*Статья поступила в редакцию 28.05.2019*

*Статья принята к публикации 27.08.2019*