

В статье приведены результаты исследований рынка зефира в Республике Беларусь и потребительских предпочтений при выборе зефира, предложены пути расширения его ассортимента и повышения качества.

Ключевые слова: зефир, ассортимент, потребительские предпочтения, качество, повышение пищевой ценности зефира.

ИССЛЕДОВАНИЕ СОСТОЯНИЯ РЫНКА И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ ЗЕФИРА

РУП «Научно-практический центр Национальной академии наук Беларуси по продовольствию», г. Минск, Республика Беларусь

С. Е. Томашевич, кандидат технических наук, старший научный сотрудник отдела технологий кондитерской и масложировой продукции

УО «Белорусский государственный экономический университет», г. Минск, Республика Беларусь

Л. А. Мельникова, кандидат биологических наук, доцент кафедры товароведения продовольственных товаров;

М. С. Селиванова, специалист по товароведению и экспертизе пищевых продуктов кафедры товароведения продовольственных товаров

Зефир имеет стабильно высокий спрос среди взрослого и детского населения нашей страны. Его популярность обусловлена особенной пенообразной структурой, умеренно сладким вкусом, отсутствием в его составе жира и низкой калорийностью продукта по сравнению с другими кондитерскими изделиями.

Рынок зефира постоянно расширяется за счет прихода на него новых зарубежных изготовителей, что приводит к росту конкуренции между его участниками. Поэтому отечественные производители стремятся совершенствовать свое производство и поддерживать интерес потребителей за счет разработки, внедрения и выпуска новых видов зефира.

В связи с этим актуальными и востребованными являются исследования современного состояния рынка и изучение потребительских предпочтений в отношении зефира, что позволит выявить наиболее перспективные пути расширения его ассортимента и создать высококачественные и востребованные продукты питания.

Зефир занимает около 10 % в общей структуре производства кондитерских изделий в Республике Беларусь. Его выпуск осуществляется на 7 предприятиях разных форм собственности: ООО «Заславская кондитерская фабрика», ООО «Монтбрук», КУП «Минскхлебпром» хлебозавод № 6, Филиал ОАО «Берестейский пекарь» Лунинецкий хлебозавод и 3 предприятия концерна «Белгоспищепром» (ОАО «Конфа», ОАО «Красный Мозырянин» и ОАО «Красный пищевик»). Ассортимент зефира, выпускаемого белорусскими производителями, достаточно широкий. В 2016 г. предприятиями концерна было произведено около 8 тыс. т зефира, что сравнимо с ежегодным объемом производства шоколада (около 7-8 тыс. тонн).

Согласно статистическим данным, представленным в [1], объемы реализации зефира на отечественном рынке в 2016 г. незначительно снизились, однако при этом значительно увеличился его экспорт. Активно идет увеличение объемов экспорта белорусского зефира в страны СНГ и дальнего зарубежья. В качестве импортного зефира на рынке представлена продукция из России, Украины и Латвии.

Помимо традиционного ассортимента на белорусском рынке присутствуют и новые для нашего потребителя виды продукции: зефир двухцветный со вкусами крем-лимон, крем-клубника и крем-шоколад, зефир «Sla Sti» с фруктовой (яблочный джем) и молочной (вареная сгущенка) начинками (кондитерская фабрики «СлаСти», Россия); зефир «Панский» с фруктовой и молочной начинками (ОАО «Красный Мозырянин», Беларусь); зефир «Жако» с апельсиновой железной начинкой и молочной начинкой (сгущенное молоко) (Украина), зефир «Laima» с ягодными (черничной, малиновой) и алкогольсодержащей — (черносмородиновый Рижский черный бальзам) начинками (Латвия).

Следует отметить наличие в ассортименте зефира функционального назначения. Кондитерская фабрика ОАО «Красный пищевик» выпускает зефир «Гурия» с пониженной на 10 % сахароемкостью за счет добавления кэроба. Также на рынке присутствует импортный зефир без добавления сахарозы: «Лянеж» на фруктозе (Кондитерская фабрика «Нева») и «Умные сладости» с сахарозаменителем изомальтом и стевией (корпорация «Di&Di»). Однако следует отметить, что данные наименования зефира не могут быть использованы в диабетическом питании: первый — по причине большого содержания фруктозы, второй — по причине наличия в составе патоки, являющейся источником глюкозы.

Особый интерес представляют разработки Научно-практического центра Национальной академии наук Беларуси по продовольствию, не имеющие зарубежных аналогов: зефир функционального назначения с пребиотиком (выпускается на ОАО «Конфа»), а также зефир «Ванильный» без добавления сахара, изготовленный на основе нового для нашей страны сахарозаменителя мальтита и обогащенный пищевым волокном олигофруктозой (выпускается с сентября 2017 г. на ОАО «Красный пищевик» под торговой маркой «Зеленый пищевик»). Разработанный зефир по сравнению с традиционным отличается пониженной на 30% калорийностью (210 ккал при 310 у зефира с сахаром) и низким содержанием общего сахара (расчетное значение — 2,4%) и может быть рекомендован для диетического профилактического диабетического питания.

Таким образом, обзор рынка зефира показал, что ассортимент зефира постоянно расширяется путем введения на рынок новинок (зефир с новыми и необычными вкусами и ароматами), а также за счет производства зефира функционального назначения.

На следующем этапе работы провели маркетинговые исследования, целью которых было выявление предпочтений потребителей при выборе зефира, а также определение заинтересованности и потребностей покупателей в разработке и внедрении в производство зефира с начинками, зефира специального назначения, зефира с полезными ингредиентами, с пониженным содержанием сахара.

В рамках исследований был проведено анкетирование населения, в котором приняло участие 100 респондентов (84 женщины и 16 мужчин) в возрасте от 16 до 60 лет. Наибольшую долю респондентов составили люди в возрасте 26-35 лет, с уже сформированными вкусовыми предпочтениями, но знающие о необходимости полноценного и правильного питания и восприимчивые к новинкам на продуктовом рынке.

Первый блок вопросов был посвящен изучению потребительской популярности зефира.

В результате анкетирования установлено, что наибольшая доля респондентов (39 %) покупает зефир 2-3 раза в месяц, из них 87 % женщин и 13 % мужчин (рис. 1).

Чаще всего зефир покупают в гипермаркете или супермаркете (74 %), реже в небольших магазинах, на рынке или в интернет-магазине. Приобретая зефир, 72 % респондентов чаще всего покупают его для себя, 18 % одинаково часто для себя и в подарок, оставшиеся 10 % покупают зефир чаще всего в подарок. При выборе зефира только 54 % покупателей читают состав и другие реквизиты маркировки на упаковке.

Далее были изучены критерии, которыми руководствуется покупатель при выборе зефира, и степень их важности для него. Анкетирование показало (рис. 2), что наиболее важными критериями при выборе зефира являются дата изготовления и срок годности (63 %), вкус и аромат (63 %), опыт предыдущей покупки (40 %), особенности состава (39 %) и полезность состава (31 %). Такие критерии, как цена и производитель, важны для 41 % и 39 % респондентов

соответственно, что подтверждает тот факт, что цена была и всегда будет одним из важных факторов, побуждающим совершить покупку или отказаться от нее. Наименее важными для потребителя оказались такие критерии, как новизна продукта, дизайн и вес упаковки.

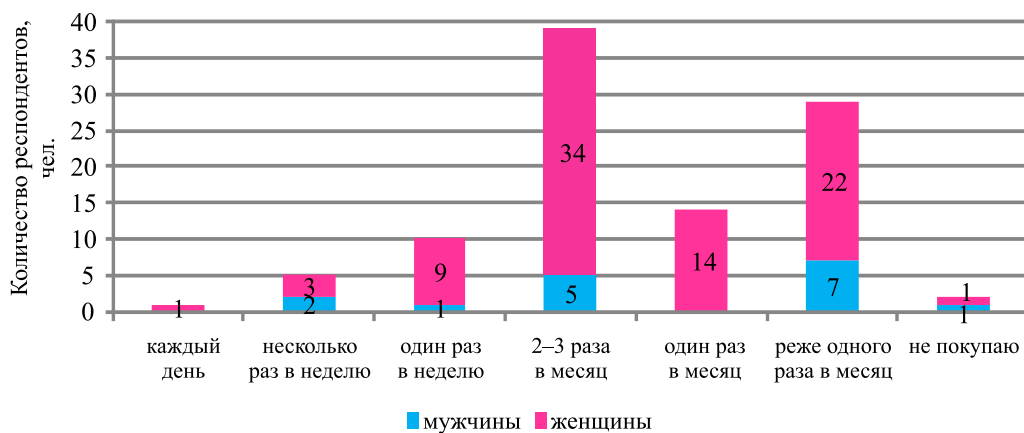


Рис. 1. Частота покупки зефира мужчинами и женщинами

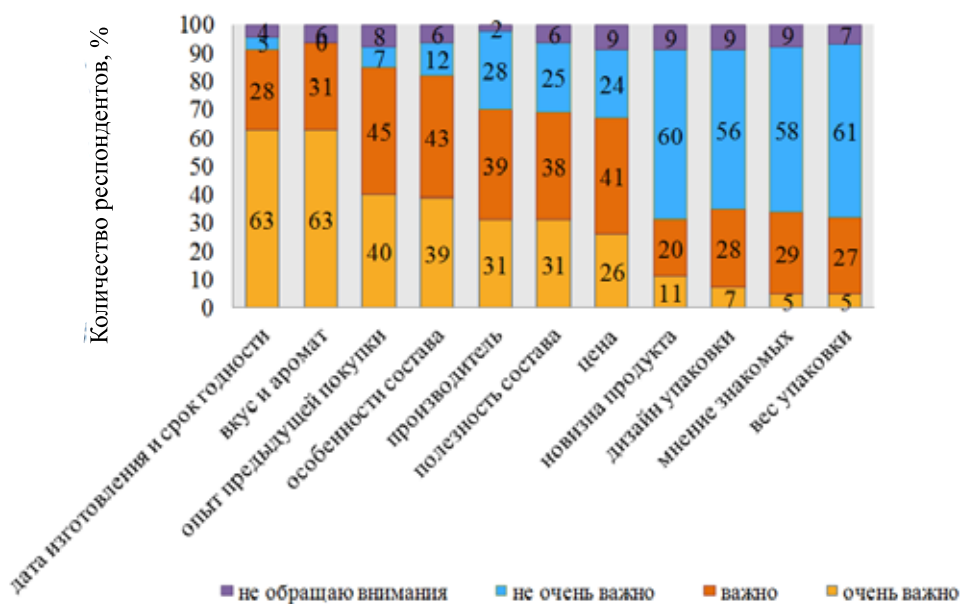


Рис. 2. Критерии выбора зефира и степень их важности для потребителя

Зефир традиционно изготавливают на пектине или на агаре, и в зависимости от используемого желирующего вещества зефир будет иметь различные вкус и консистенцию. Исследование показало, что почти половина потребителей (44 %) затруднились ответить на вопрос о наиболее предпочтительном студнеобразователе в зефире. Это можно объяснить тем, что около половины респондентов не читают состав продукта на его упаковке, или не отдают предпочтения какому-либо конкретному желирующему веществу, поскольку не обладают достаточной информацией о свойствах и полезности конкретного студнеобразователя. Среди оставшихся респондентов 25 % человек предпочитают зефир на пектине, 9 % — на агаре и 22 % респондентов нравится в равной степени зефир на обоих видах студнеобразователя. Выбор студнеобразователя важен при разработке нового зефира, так как от свойств агара и пектина зависит выбор вносимых компонентов, устойчивых при производстве (следует учитывать влияние температуры, pH среды), и, соответственно, выбор технологии производства.

Далее изучили предпочтения потребителей в отношении вида отделки поверхности зефира. На рис. 3 видно, что наиболее предпочтительными являются глазированная поверхность (37,4 %), глазированная с крупными добавлениями (орехи, изюм и т.д.) (20,7 %) и с обсыпкой сахарной пудрой (19,6 %). Вместе с тем 3% респондентов ответили, что предпочитают зефир без какой-либо отделки поверхности.

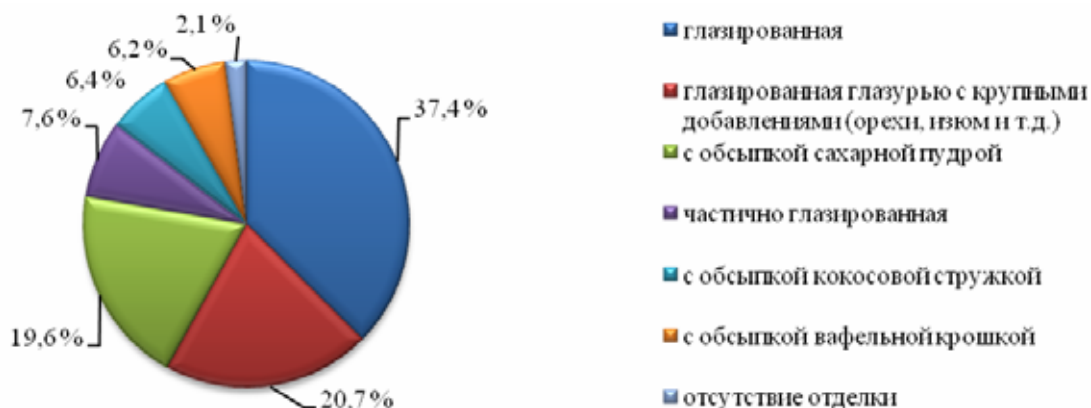


Рис. 3. Предпочтения потребителей в отношении вида отделки поверхности зефира

Далее определяли предпочтения респондентами конкретных вкусоароматических особенностей зефира. Для этого предлагали ответить на два вопроса: зефир с каким вкусом респондент предпочитает и с каким хотел бы попробовать. Установили, что большинство респондентов (80 %) отдает предпочтение традиционному зефиру с ванильным ароматом. Значительно меньшее число респондентов предпочитают также зефир со вкусом лесных ягод (24 %), с молочными вкусами (17 %) и с кофейным вкусом (10 %).

Среди вкусов зефира, которые респонденты хотели бы попробовать, наибольшее количество человек (26 %) отметили экзотические фрукты (указаны такие, как ананас, манго, банан, авокадо), кофейный вкус (25 %) (натуральный кофе, капучино, латте), по 13 % респондентов указали лесные ягоды и садовые фрукты, 12 % респондентов готовы попробовать зефир со вкусом кока-колы, 11 % — с овощными вкусами, по 10 % респондентов — с молочным вкусом (сгущенное молоко, топленое молоко) и со вкусом алкогольных напитков (ром, ликеры). Вместе с тем, 5 % респондентов отметили, что не хотят пробовать другие вкусы, то есть консервативны при выборе зефира.

Также была изучена потребительская популярность зефира с начинками. Установлено, что такой продукт хотели бы попробовать 92 % респондентов. При этом наибольший интерес вызывает зефир с шоколадной, желейной и молочной начинками, чуть меньший интерес — с фруктовой и кофейной начинками (рис. 4).

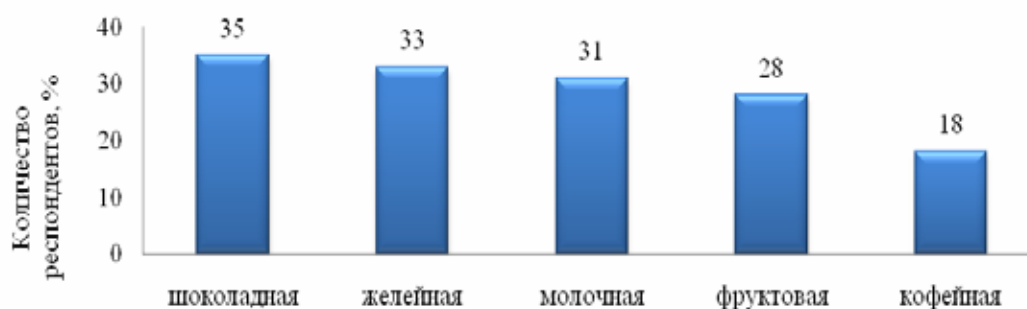


Рис. 4. Предпочтения респондентами вида начинки в зефире

Анализ предпочтений респондентами вида ингредиентов для обогащения зефира показал, что наиболее предпочтительным для потребителей является наличие в составе зефира витаминов (52 %), экстрактов пряно-ароматических растений (34 %) и антиоксидантов (19 %) (рис. 5).

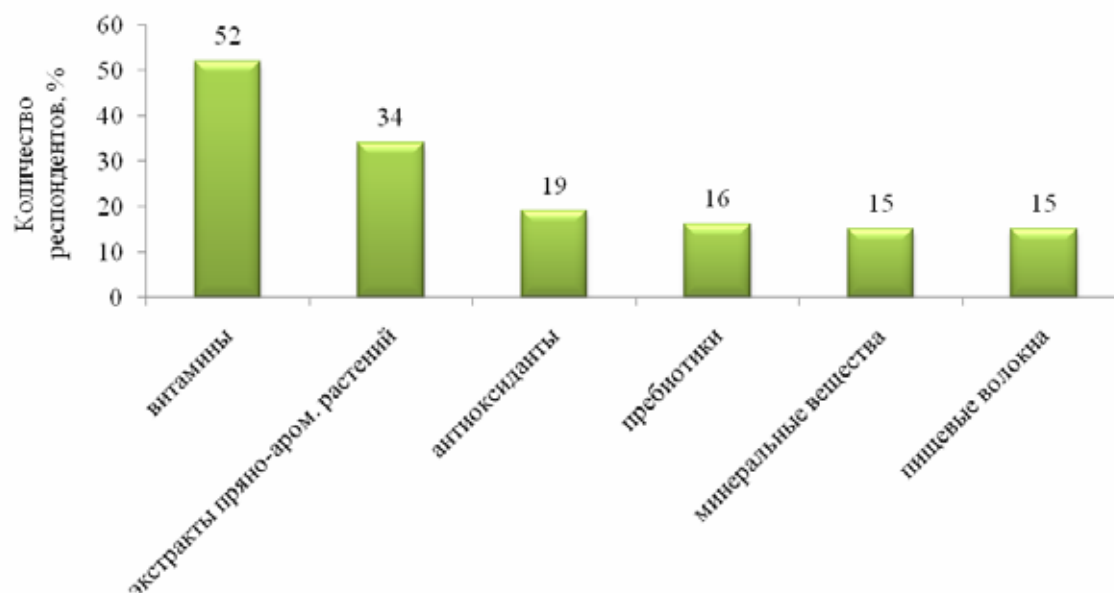


Рис. 5. Предпочтение респондентами ингредиентов для обогащения зефира

Изучалось мнение респондентов по вопросу производства зефира специального назначения, в том числе предназначенного для детского питания, с пониженным содержанием сахара, с повышенным содержанием белка.

Установлено, что разработка зефира для детского питания актуальна для 61 % респондентов. Из них 66 % считают целесообразным производство детского зефира с добавлением продуктов переработки фруктов и овощей, а также с добавлением витаминов, пребиотиков, со сниженным содержанием сахара. Следует отметить, что 54 % опрошенных имеют детей, и 20 % из них посчитали, что нет необходимости производить специальный зефир для детского питания, что свидетельствует об их доверии и удовлетворенности существующим ассортиментом.

Также анкетирование показало, что зефир с пониженным содержанием сахара представляет интерес для 77 % респондентов. При этом 86 % человек из данной группы заинтересованы в производстве такого зефира за счет введения взамен сахара натурального сырья (молочного, плодо-овощного и т.п.), а 35 % также заинтересованы в производстве зефира на сахарозаменителях. Причинами такого выбора у 11 % респондентов было занятие спортом, у 44 % — лишний вес, у 22 % — состояние здоровья, у 4 % — излишне сладкий вкус традиционного зефира.

Зефир с повышенным содержанием белка заинтересовал бы 29 % респондентов. У 32 % человек из данной категории это связано с занятием спортом, у 34 % — в связи с состоянием здоровья. Оставшиеся 34 % респондентов в целом считают белок полезным ингредиентом.

Существующий ассортимент зефира в торговой сети удовлетворяет 69 % респондентов. 19 % респондентов указали свои предложения по расширению ассортимента зефира:

- ♦ внедрить ассортимент зефира для диабетического питания, изготовленного без добавления сахара, и зефир, предназначенный для детского питания (с полезными компонентами);

- ♦ ввести на рынок зефир с кусочками фруктов и ягод, с овощными пюре, обогащенный зефир (с белком, с витаминами и натуральными экстрактами пряно-ароматических растений и т.д.).

Интерес представляло также изучение пожеланий респондентов по улучшению качества зефира. Для того, чтобы улучшить качество зефира, 22 % респондентов предложили производить зефир с натуральными и полезными ингредиентами, с минимальным количеством обсыпки и более «воздушный». Были также указаны претензии к качеству зефира, среди которых засахаривание зефира, потеря влаги, затвердевание и образование кристаллической корочки. Кроме того, 11 % респондентов считают зефир слишком сладким и предлагают при производстве данного продукта взамен сахара использовать сахарозаменители.

Проведенное анкетирование показало достаточно высокую привлекательность зефира и заинтересованность потребителей в повышении его пищевой ценности и расширении ассортимента. Большинство потребителей покупают зефир 2—3 раза в месяц в гипермаркете или супермаркете для личного потребления, поэтому необходимо расширять ассортимент данного продукта именно в крупных торговых сетях.

На основе проведенных исследований рынка и потребительских предпочтений были разработаны предложения по усовершенствованию ассортимента зефира и улучшению его качества:

- ♦ для повышения конкурентоспособности продукции рекомендуется при разработке новых изделий особое внимание уделять их вкусу и аромату, так как данные показатели наиболее важны для потребителя при выборе зефира;
- ♦ интерес для потребителей будет представлять зефир с такими нетрадиционными вкусами, как экзотические фрукты (ананас, манго, авокадо) и кофейный вкус (капучино, латте);
- ♦ отечественным производителям рекомендуется внедрить зефир с шоколадной и кофейной начинками, которые в настоящее время на рынке отсутствуют;
- ♦ необходимо проводить разработки по созданию зефира диетического профилактического и специализированного назначения: для детского питания (с пониженным содержанием сахара), для людей больных сахарным диабетом и для людей, имеющих проблемы с избыточным весом (без добавления сахара), для питания спортсменов (с повышенным содержанием белка).

Таким образом, проведенные исследования рынка и потребительских предпочтений в отношении зефира позволили выявить современные тенденции на рынке пастильных изделий и определить перспективные направления для расширения ассортимента и повышения качества отечественного зефира путем создания зефира с начинками, с нетрадиционными вкусами, специализированного и диетического профилактического назначения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Научные достижения в пищевой промышленности: становление и развитие / З.В. Ловкис [и др.]; под общ. ред. З.В. Ловкиса. — Минск: ИВЦ Минфина, 2016. — 336 с.

Рукопись статьи поступила в редакцию 23.10.2017

S. E. Tamashevich, L. A. Melnikova, M. S. Selivanova

RESEARCH OF THE MARKET CONDITION AND CONSUMER PREFERENCES CONCERNING THE ZEPHYR FOR THE PURPOSE OF PERFECTING ITS RANGE AND IMPROVEMENT OF QUALITY

In the article cited dates about results of research of zephyr market in The Republic of Belarus and consumer preferences at the choice of a zephyr; ways of expansion of its range and improvement of quality are offered.

Keywords: zephyr, range, consumer preferences, quality, increase of nutrition value of zephyr.