

І.С. Пілюгіна, канд. техн. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

О.В. Жегус, д-р екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

ВПЛИВ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ НА ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ МАРШМЕЛОУ

У цілому ринок кондитерських виробів в Україні характеризується високим рівнем насиченості та конкуренції. Для збереження та подальшого розширення частки ринку підприємствам кондитерської галузі необхідно постійно підвищувати конкурентоспроможність своєї продукції. Ураховуючи сучасні тренди щодо прагнення споживачів до здорового способу життя та зростання їх переваг відносно відповідального вибору продуктів харчування, для розширення асортименту кондитерських виробів потрібні сучасні технології виробництва, здатні забезпечити зростання якості та підвищення харчової цінності продукції.

Пропозиція кондитерських виробів на вітчизняному ринку достатньо різноманітна за широтою та глибиною асортименту, що ускладнює завдання пошуку інноваційних ідей. В умовах зростанні вимог покупців до якості, безпеки, смаку харчових продуктів, одним із перспективних напрямів інновацій в сегменті кондитерських виробів з цукру є підвищення біологічної цінності за рахунок додавання натуральної рослинної сировини, що сприятиме збагаченню їх функціональними інгредієнтами.

Серед сегментів ринку кондитерських виробів із цукру, який має потенціал зростання, є ринок пастильних кондитерських виробів, зокрема такий продукт як маршмелоу. За результатами проведеного маркетингового дослідження споживачів встановлено, що 46,2% опитаних серед кондитерських виробів з цукру віддають перевагу пастильним виробам; карамельним – 36%, а мармеладним – лише 13%. Відповідно до тенденцій, що склалися, можна констатувати наявність значного потенційного попиту на маршмелоу, який відносить до цієї групи виробів.

Вивчення задоволеності споживачів представленими на ринку продуктами маршмелоу свідчить про наявність незадоволеного попиту, оскільки у сукупності більше 40% опитаних відзначили, що незадоволені та абсолютно не задоволені асортиментом маршмелоу, а ще 26,3% були не упевнені та відзначили, що частково задоволені.

За результатами проведеного дослідження встановлено, що найбільш важливим чинниками вибору маршмелоу для споживачів є склад продукту – на 1 місці, та ціна – 2 місце; менше значення має колір, майже не мають значення форма, смак і запах.

Аналіз оцінок задоволеності показав, що найбільше респонденти не задоволені ціною, складом продукту, смаком та запахом, а найбільше їх задовольняє форма і колір. Слід констатувати, що майже 70% опитаних дуже погано та погано ставляться до наявності у складі виробів синтетичних ароматизаторів, більше 80% – синтетичних барвників. У той же час більше 60% опитаних добре та дуже добре ставляться до використання рослинних добавок. Результати дослідження смакових уподобань споживачів показали, що 47% віддають перевагу ванільному смаку маршмелу, майже 40% – маршмелу з плодово-ягідними добавками.

Результати проведеного дослідження засвідчують про наявність значного потенційного попиту на маршмелу, у тому числі на маршмелу з натуральними рослинними добавками. Спираючись на одержану інформацію, запропоновано удосконалену технологію виробництва маршмелу з використанням порошку з чорної смородини, що дозволяє забезпечити у виробах підвищений вміст антоціанів, пектинових і дубильних речовин, вітаміну С, надати їм привабливого кольору, одержати продукцію з високими органолептичними, фізико-хімічними, мікробіологічними показниками. Завдяки використанню порошку з чорної смородини покращаться смакові властивості та харчова цінність маршмелу, що сприятиме підвищенню задоволеності споживачів і зростанню попиту на даний вид кондитерських виробів.

Приймаючи маркетингові рішення щодо стратегії виведення нового продукту на ринок, одним із найбільш складних є питання вибору цінової стратегії. Результати розрахунків собівартості сировини на 1 т продукції свідчать, що запропонована рецептура маршмелу дозволить виробляти продукт, який є не тільки більш якісним з натуральною добавкою зі смородини, який не містить синтетичних ароматизаторів та барвників, а й буде більш дешевим, а значить доступним для потенційних споживачів. Ураховуючи підвищену споживчу цінність маршмелу з чорною смородиною, даний продукт за ціною, менше, ніж ціна основного конкурента, матиме стійкі конкурентні переваги.

Впровадження запропонованої технології виробництва маршмелу з додаванням чорної смородини сприятиме розширенню асортименту пастильних кондитерських виробів, насиченню ринку високоякісною продукцією з підвищеною харчовою цінністю.