

УДК 637.1

Решетник Е.И. к.т.н., Зарицкая В.В. к.б.н., ДальГАУ

## ИЗУЧЕНИЕ РЫНКА ПРОИЗВОДСТВА МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ

*В статье приводятся результаты маркетингового исследования о степени осведомленности потребителей о молочных продуктах лечебно-профилактического назначения при оценке перспективной конкурентоспособности разрабатываемых напитков.*

Reshetnik E.I., Cand.Tech.Sci. Zaritskaja V.V., Cand.Bio.Sci.

## STUDYING OF THE MARKET OF MANUFACTURE OF DAIRY PRODUCTS

*In this article the results of marketing research about a degree of awareness of consumers about dairy products of treatment-and-prophylactic purpose are given. Data of interrogation of the population can be used for estimation of perspective competitiveness of drinks, being developed.*

Полноценное и здоровое питание является одним из наиболее важных и необходимых условий для сохранения жизни и здоровья человека. Современные тенденции совершенствования ассортимента продуктов питания ориентированы на создание сбалансированной по пищевой и биологической ценности продукции, способной обеспечивать потребности различных групп населения. Сущность и необходимость развития этого направления сформулированы в постановлении Правительства Российской Федерации «Концепция государственной политики в области здорового питания населения России». Данная научно обоснованная концепция вобрала в себя практически все достижения современной науки о питании в России с учетом существующей экологической ситуации и нарастающем влиянием техногенной нагрузки на фоне нарушений структуры питания страны.

По мнению академика РАМН В.А. Тутельяна обеспечение здоровья населения страны возможно только лишь при комплексном подходе к проблеме, что необходимо сохранение преимущественного питания человека натуральными высококачественными продуктами питания [ 2 ].

К таким продуктам можно отнести молоко и молочные продукты. Эти продукты играют важную роль в питании людей, что обусловлено их высокой биологической и пищевой ценностью. В состав молока и молочных продуктов входят необходимые для организма человека и хорошо усвояемые пищевые компоненты: белки, молочный жир, углеводы, молочный сахар и минеральные вещества.

В последние годы в науке о питании получило развитие новое направление – так называемое функциональное питание, то есть использование таких продуктов естественного происхождения, основные ингредиенты, которых при систематическом употреблении оказывают регулирующее действие на макроорганизм или те или иные его органы и системы, обеспечивая безмедикаментозную коррекцию их функций [ 3 ].

В настоящее время развитие индустрии функционального питания является самым перспективным направлением в пищевой промышленности, так как оно в наибольшей степени отвечает запросам потребителей.

Согласно отечественным исследованиям последние годы характеризуются нарушениями в структуре питания населения России, что обусловлено экономической ситуацией в стране, снижением покупательской способности. Отмечается ухудшение демографических показателей, сокращение средней продолжительности жизни, увеличение общей заболеваемости населения, повышение смертности. Среди причин смертности и потери здоровья ведущее место занимают сердечно-сосудистые заболевания, развитие которых в первую очередь связано с нарушением структуры питания. У большинства населения выявлен дефицит и недостаточное потребление витаминов, макро- и микроэлементов.

Согласно мировому и отечественному опыту наиболее эффективный и экономически доступный способ улучшения обеспеченности населения микронутриентами в общегосударственном масштабе – это дополнительное обогащение ими продуктов питания массового

потребления до уровня, соответствующего физиологическим потребностям человека.

Молоко и молочные продукты ежедневно используются в питании детского и взрослого населения. Обогащение молочных продуктов можно проводить как специально разработанными витаминными премиксами, так и использовать природные источники.

Премиксы представляют собой смеси основных, необходимых человеческому организму витаминов (С, А, Е, Д, В<sub>1</sub>, В<sub>2</sub>, В<sub>6</sub>, В<sub>12</sub>, РР, фолиевой и пантотеновой кислот, биотина) с сахарозой или молочным сахаром (лактозой).

Соотношение витаминов в премиксах соответствует потребностям в них человека, с учетом особенностей структуры питания и обеспеченности витаминами детского и взрослого населения России.

Все витамины, включенные в премиксы, полностью идентичны природным и по своей чистоте отвечают требованиям Государственной фармакопеи и фармакопеи ряда стран [1].

Для того чтобы выпускать конкурентно способную продукцию лечебно-профилактического назначения производители должны гарантировать стабильно-высокое качество и отвечать запросам потребителей.

На первый план выходит знание о потребительских свойствах товара - свойствах, проявляющихся при потреблении товара, которыми потребители руководствуются в момент совершения покупки, обращая внимание на цену, внешний вид и другие характеристики товара.

Информированность о предпочтениях потребителей помогает разработчику создавать продукцию, пользующуюся спросом, производителю – выпускать такую продукцию, а торговым организациям – грамотно проводить ассортиментную политику.

Для определения отношения потребителей к товарам, а также потребительских свойств и степени их значимости применяют различные методы маркетинговых исследований. Один из наиболее целесообразных и доступных методов для исследования потребительских предпочтений в отношении продовольственных товаров – социологический опрос населения.

На кафедре технологии переработки продукции животноводства была разработана анкета для опроса покупателей, состоящая из информационных блоков, с целью изучения степени осведомленности потребителей о молочных продуктах лечебно-профилактического назначения, выявления предпочтения при покупке функциональных напитков, определения степени значимости потребительских свойств.

Исследования проводились с апреля по май 2008 года в Благовещенске путем опроса респондентов в режиме интервью на основе разработанной анкеты, было опрошено 486 человек. Распределение опрашиваемых респондентов в зависимости от пола и возраста представлено в таблице 1.

Основная масса респондентов имела среднее образование 39,8 %, высшее – 31,5%, не законченное высшее – 26,2%, неполное среднее – 2,5%.

По роду занятий они распределялись следующим образом: студенты – 26,3%, домохозяйки – 2,8; служащие – 20,1; рабочие – 25,6; предприниматели – 3,2; пенсионеры – 11,2; другие – 3,8%.

Таблица 1  
Характеристика респондентов, участвующих в социологическом опросе

Количество респондентов, чел	Возраст, лет	Мужчины	Женщины
185	18-25	80	105
101	26-35	41	60
78	36-45	32	46
122	45 и старше	44	78
Всего:486		197	289

По результатам исследований было установлено, что покупают молочные продукты 87,2% опрошенных, при этом цели покупки могут быть разнообразными: для кулинарных целей, для разгрузочных дней, для детского и диетического питания, для нормального функционирования организма.

По степени значимости потребительских свойств большинство опрошенных назвали вкус и запах, а также цену.

Независимо от цели покупки молочных продуктов наибольшее предпочтение отдают молоку 92,6%, сметану покупают 68,2%, кефир – 70,1%, йогурт – 68,2%, творожные

продукты – 65,2%. Данные представлены на рисунке 1.

По частоте покупок этих видов молочных продуктов были получены данные, представленные на рисунке 2.

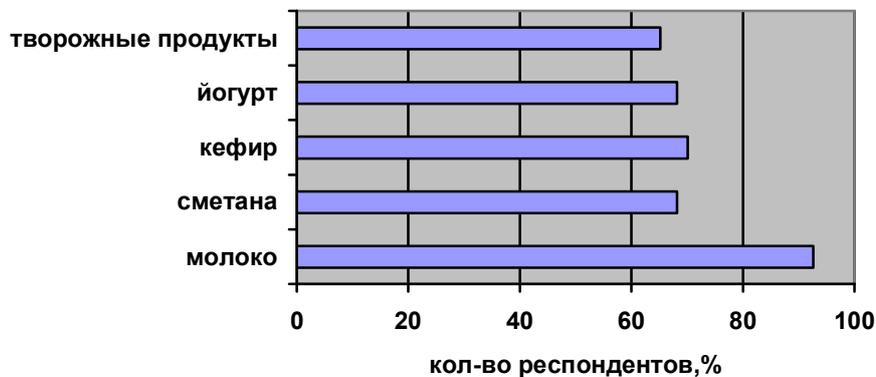


Рис. 1. Рынок спроса кисломолочных продуктов

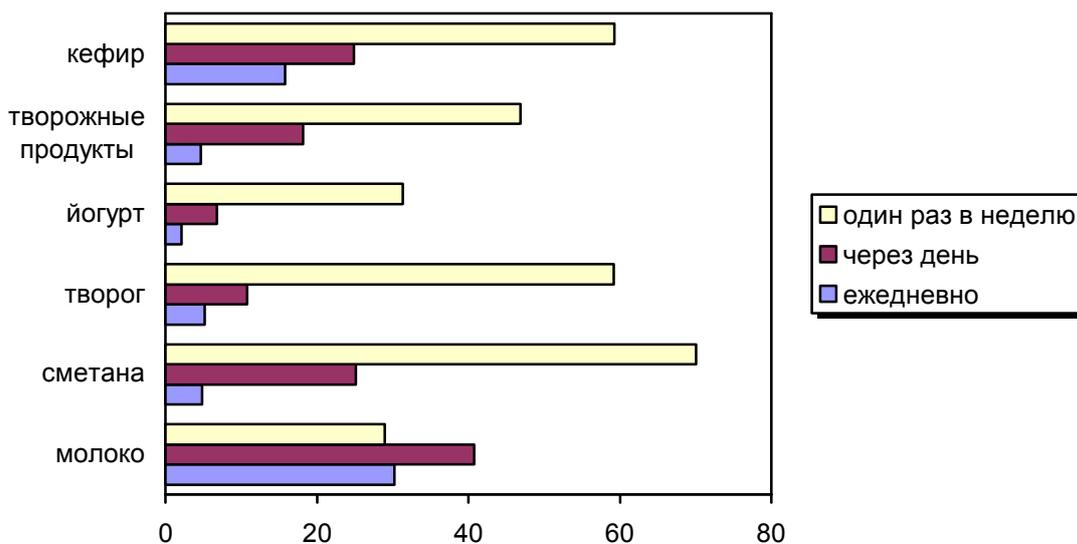


Рис. 2. Частота покупок молока и кисломолочных продуктов

Результаты ответов на вопрос «Покупаете ли Вы обогащенные молочные продукты?» были следующими: из общего количества респондентов покупают обогащенные молочные продукты 68,2%. Среди опрошенных респондентов, покупающих обогащенные молочные продукты с витаминами, предпочтение отдают витамину «С» – 61,2%, примерно одинаково распределились доли между продуктами с йодом и кальцием (30,9 и 20,9% соответственно).

Большинство опрошенных респондентов отдают предпочтение молочным продуктам с бифидобактериями – 75,2%.

Это можно объяснить тем, что осведомленность о положительном влиянии на организм бифидобактерий среди населения высока.

На вопрос: «Из каких источников Вы узнаете о полезности новых видов молочных продуктов?», были получены следующие ответы: 42,3% – из рекламы телевидения, 10,2% – благодаря печатным изданиям, 47,5% – от родственников и знакомых.

Маркетинговые исследования позволили отметить, что большинство респондентов (52,1%) предпочитают покупать обезжиренные творожные продукты, 47,9% – жирные.

Согласно опросу респонденты отдают предпочтение продукции местных производителей – 81%, продукции из других регионов – 10, продукции зарубежных производителей – 6%.

Данные, которые были получены в результате опроса, показали практический интерес респондентов к группе молочных продуктов, в которой предпочтение отдается молоку, в наименьшей степени – творожным продуктам, высокую осведомленность покупателей об обогащенных молочных продуктах лечебно-профилактического назначения.

Знания о свойствах молочных продуктов, которыми руководствуются потребители в момент выбора покупки, позволяют производителям выпускать то, что будет продаваться, а покупателям приобретать именно то, что им нравится.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гаврилова, Н.Б. Биотехнология комбинированных молочных продуктов / Н.Б. Гаврилова: монография. – Омск: Вариант – Сибирь, 2004. – 224 с.
2. Покровский, В.И. Политика здорового питания. Федеральный и региональный уровень / В.И. Покровский, Г.А. Романенко, В.А. Княжев и др. – Новосибирск: Сиб. унив. изд-во 2002. – 344с.  
Schnker, S. Functional foods /S.Schnker // Milk Ind. Int. – 1999. – Vol.101 – p.2A -3A.