

УДК 664.858.8

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ПАСТИЛЫ
КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ЕГО
РАСШИРЕНИЯ**

Ковалева Екатерина Дмитриевна

студент

kovaleva_k_30@mail.ru

Ключко Наталия Юрьевна

кандидат технических наук, доцент

natalya.kluchko@klgtu.ru

Калининградский государственный технический университет

г. Калининград, Россия

Аннотация. В статье представлены результаты маркетинговых исследований рынка пастилы Калининградской области и возможные пути его расширения. Показан ассортимент пастильных изделий, изучен их состав, цены. Посредством опроса респондентов определены причины выбора мармеладно - пастильных изделий.

Ключевые слова: пастила, мармеладно-пастильные изделия, анализ рынка, маркетинговые исследования

Мармеладно-пастильные изделия (МПИ) относятся к группе сахаристых кондитерских изделий (СКИ), где являются наиболее популярными.

Пастила - это изделие из рыхлой, пористой, нежной пенообразной массы. Пастильные изделия получают увариванием фруктово-ягодного пюре с последующим его сбиванием с сахаром и пенообразователями [1].

Для придания сбитой массе устойчивой студнеобразной структуры вносят стабилизатор, в зависимости от которого выделяют следующие виды пастильных изделий:

1. Клеевые – с применением в качестве студнеобразующей основы агара, агароида, пектина, желатина и т.д.

2. Заварные – с применением в качестве студнеобразующей основы мармеладной массы.

3. Бесклеевые – из яблочного пюре с высокой желирующей способностью или из запечённых, или протёртых яблок сортов «Антоновка» и «Коричное полосатое». Их сбивают с сахаром и яичным белком без стабилизаторов структур [2].

Целью данных исследований является анализ рынка пастилы Калининградской области (на примере крупнейших торговых сетей - «Spar», «Виктория», «Пятерочка» и «Светофор») и возможные пути его расширения.

В результате проведенных маркетинговых исследований установлено, что ассортимент пастилы в магазинах г. Калининграда достаточно широк и представлен продуктами отечественного производителя.

Самой дорогой пастилой оказалась бесклеевая «Белёвская пастила с корицей» из печёных Антоновских яблок производителя ООО «Белёвская пастила» с ценой 215,00 руб. за 200 г. Наиболее низкой ценой обладает клеевая пастила «С ароматом ванили» производителя ООО «Славконд». Средняя цена продукта составила 53,10 руб. за 200 г.

Спрос выявляли путём проведения интернет-опроса потребителей сладостей в виде анкетирования, в котором приняли участие 60 человек.

Результаты опроса представлены на диаграммах 1-3. Из общего числа опрошиваемых: 58,3% - респонденты женского пола, и 41,7% - мужского. Возраст подавляющего большинства опрошиваемых (61,7%) составляет 20 - 29 лет. Как оказалось, МПИ занимают одно из лидирующих положений среди СКИ, приобретаемых респондентами (рис. 1).

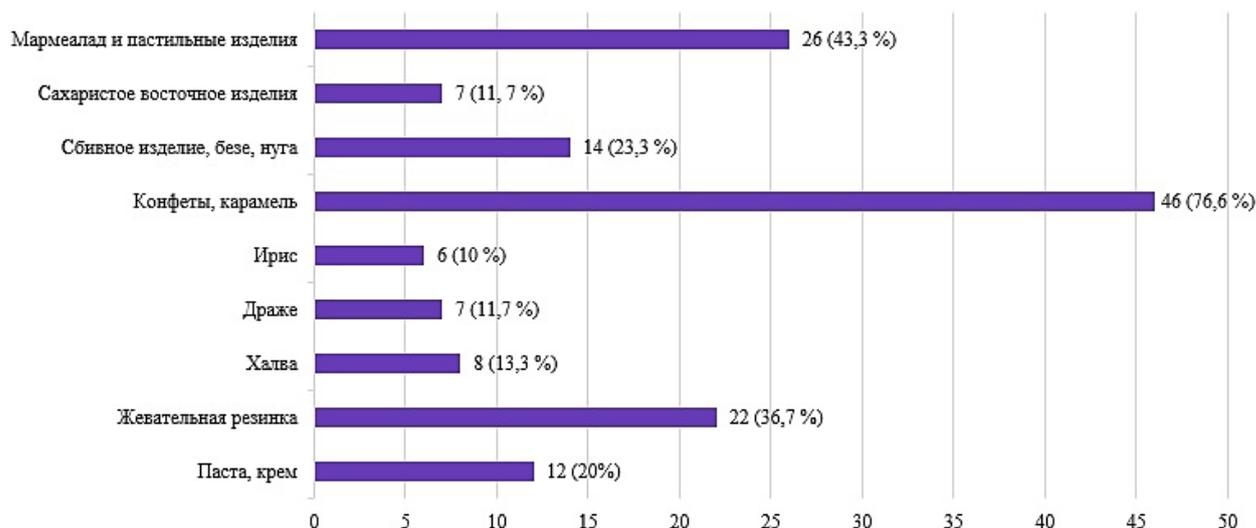


Рисунок 1 – Распределение респондентов по предпочтениям в выборе сахаристых кондитерских изделий

Большинство опрошиваемых употребляют МПИ в связи с их приятными органолептическими ощущениями (рис. 2). В зависимости от вида пастилы в составе изделий встречаются сахар, агар и патока, что может свидетельствовать о бедном витаминном составе данных продуктов. Поэтому, есть тенденция выпуска пастильных изделий повышенной биологической ценности. В связи с этим, большая часть респондентов – 31,7%, хотели бы попробовать МПИ, обогащенные ягодами, выращиваемыми на территории Калининградской области, 20% опрошиваемых – травами и другими лекарственным растительным сырьём, растущим на территории нашей области, 16,7% - экзотическими ягодами, фруктами и 11,7% - фруктами, выращиваемыми на территории Калининградской области (рис. 3).



Рисунок 2 – Распределение респондентов по результатам ответа на вопрос: «Какой критерий для Вас наиболее важен при выборе мармеладно-пастильных изделий?»



Рисунок 3 – Распределение респондентов по результатам ответа на вопрос: «Хотели бы Вы попробовать мармеладно-пастильные изделия повышенной биологической ценности, обогащенные...»

Результаты маркетингового исследования показали, что мармеладно – пастильные изделия популярны среди населения г. Калининграда. Пастила имеет относительно приемлемую цену и представлена в широком ассортименте. По итогам опроса видно, что обогащенная кондитерская продукция приветствуется и потенциально будет пользоваться спросом у населения. Это направление можно рассматривать как один из перспективных путей расширения рынка пастилы Калининградской области.

Список литературы:

- ГОСТ 6441-2014. Изделия кондитерские пастильные. Общие технические условия.

2. Кузнецова, Л.С. Производство мармеладо-пастильных изделий / Л.С. Кузнецова, М.Ю. Сиданова. - М.: ДеЛиПлюс, 2012. – 246 с.

UDC 664.858.8

**MARKETING RESEARCH OF THE PASTILLE MARKET OF THE
KALININGRAD REGION AND POSSIBLE WAYS OF ITS EXPANSION**

Kovaleva Ekaterina Dmitrievna

student

kovaleva_k_30@mail.ru

Klyuchko Natalia Yurievna

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor

natalya.kluchko@klgtu.ru

Kaliningrad State Technical University

Kaliningrad, Russia

Annotation. The article presents the results of marketing research on the pastille market of the Kaliningrad region and possible ways to expand it. The range of pastille products is shown, their composition and prices are studied. Through a survey of respondents, the reasons for choosing marmalade and pastille products were determined.

Key words: pastille, marmalade-pastille products, market analysis, marketing research.