

УДК 339.133.017:637.146:332.1

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ ОБОГАЩЕННЫХ КИСЛОМОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ. РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

¹Третьяк Л.Н., ²Ребезов М.Б., ³Антипова А.П., ¹Мордвинова А.О.

¹ФГБОУ ВПО «Оренбургский государственный университет», Оренбург, e-mail: tretyak_ln@mail.ru;

²ФГБОУ ВПО Южно-Уральский государственный университет (Национальный исследовательский университет), Челябинск, e-mail: rebezov@yandex.ru;

³ФБУ «Государственный региональный центр стандартизации, метрологии и испытаний в Оренбургской области», Оренбург, e-mail: orencert-ap@yandex.ru

Авторы считают, что необходимость обогащения продуктов должна основываться на результатах научных исследований о геохимических провинциях РФ и микронутриентном статусе различных групп населения. В статье приведены результаты анализа предпочтений молочных продуктов, предлагаемых авторами к обогащению регионально значимыми биоэлементами и витаминами. Установлены существенные гендерные, возрастные и региональные различия в органолептических предпочтениях потребительских групп этой продукции. Осознанное отношение к необходимости потребления обогащенных дефицитными биоэлементами кисломолочных продуктов у потребителей формируется с возрастом. Авторы считают необходимым формирование потребительских предпочтений обогащенных продуктов у различных групп населения.

Ключевые слова: базовые молочные продукты, биоэлементы, обогащение, потребительские предпочтения, региональный аспект

THE ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES IN CHOOSING ENRICHED FERMENTED MILK PRODUCT. REGIONAL ASPECT

¹Tretyak L.N., ²Rebezov M.B., ³Antipova A.P., ¹Mordvinova A.O.

¹Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Professional Education
«The Orenburg State University», Orenburg, e-mail: tretyak_ln@mail.ru;

²Federal State State-Financed Educational Institution of High Professional Education
«South Ural State University» (national research university), Chelyabinsk, e-mail: rebezov@yandex.ru;

³State Regional Center of Standardization, Metrology and Tests in the Orenburg Region, Orenburg,
e-mail: orencert-ap@yandex.ru

The authors believe that the need for the food enrichment should be based on the results of the scientific studies about the geochemical provinces of the Russian Federation and the micronutrient status of different population groups. In the article the results of the analysis of the dairy products preferences offered by the authors to the enrichment by regionally significant bio-elements and vitamins are given. The essential gender, age and regional distinctions in organoleptic preferences of the consumer groups of this production are established. The conscious attitude towards the need for consumption of the fermented milk products enriched with scarce bio-elements at consumers increases with age. The authors consider it is necessary to form the consumer preferences of the enriched products at various groups of the population.

Keywords: basic dairy products, bio-elements, the enrichment, consumer preferences, the regional aspect

Приведенные ранее авторами статьи данные по микронутриентному статусу населения России, обобщенные за 2008-2014 годы, свидетельствуют о различной степени недостаточности витаминов и микронутриентов в рационах питания населения РФ [8].

Сохраняющаяся в различных регионах России проблема дефицита витаминов и микронутриентов свидетельствует о том, что традиционные кисломолочные продукты не способны восполнить организму их потери. И это совершенно очевидно даже без проведения маркетинговых опросов, поскольку одна из важнейших задач любого государства – сохранение и укрепление здоровья населения, которое для каждо-

го человека и нации в целом в значительной степени определяется сложившимся рационом питания. Окончательное решение о целесообразности внесения в продукты добавок: их видов, сочетания и формы, а также выбор базового продукта, подлежащего обогащению, должны принимать специалисты. Следует согласиться с мнением, что потребители не должны знать состав продуктов и перечень ингредиентов, обеспечивающих им пищевую и биологическую ценность. Однако изучение рынка потребительских предпочтений позволяет как маркетологам, так и производителям скорректировать, прежде всего, органолептические свойства продукции и тем самым повысить потребительское восприятие новых функ-

циональных продуктов. В связи с этим для получения результатов, приведенных в статье, поставлена **цель исследования**: провести анализ потребительских предпочтений обогащенных молочных продуктов населением отдельных регионов и выявить наиболее перспективные для различных групп населения базовые молочные продукты.

Материалы и методы исследования

Материалом для анализа послужили статистические данные потребительских предпочтений, полученные как авторами статьи, так и приведенные в литературе. Анализ выполнен с применением инструментов графической систематизации данных. Собственные маркетинговые исследования проведены с применением технологий online-опроса на базе первого российского сервера маркетинговых опросов (выборка 300 человек). При определении потребительских предпочтений функциональных добавок использованы возможности программного обеспечения статистического пакета обработки результатов.

Результаты исследования и их обсуждение

Как известно, при выборе продуктов питания потребителями движут разнообразные мотивы, и проведенный нами анализ критери-

ев выбора кисломолочных продуктов еще раз подтверждает это (рис. 1). Если каждый третий (30%) из респондентов Оренбурга отдает предпочтение вкусу продукта, то для жителей Челябинска этот критерий имеет значение лишь для каждого двадцатого из опрошенных [5, С. 15]. Однако каждый четвертый житель Челябинска при выборе кисломолочного продукта интересуется составом добавок или заквасок, определяющих его качество (функциональные свойства). Следовательно, потребителю далеко небезразлично какие биологически ценные вещества, привнесенные в молочные продукты, обеспечивают их заданные потребительские свойства.

При анализе гендерных различий респондентов из Республики Мордовия и города Оренбурга нами установлено, что большинство предпочитающих творог – женщины (рис. 2) [1, 7]. Преобладание в выборке женщин объясняется их более активным участием в маркетинговых опросах. Кроме этого, женщины более внимательно относятся к своему рациону питания, причем общепризнанно, что кисломолочные продукты составляют основную часть диетического рациона, что важно в аспекте здорового питания.

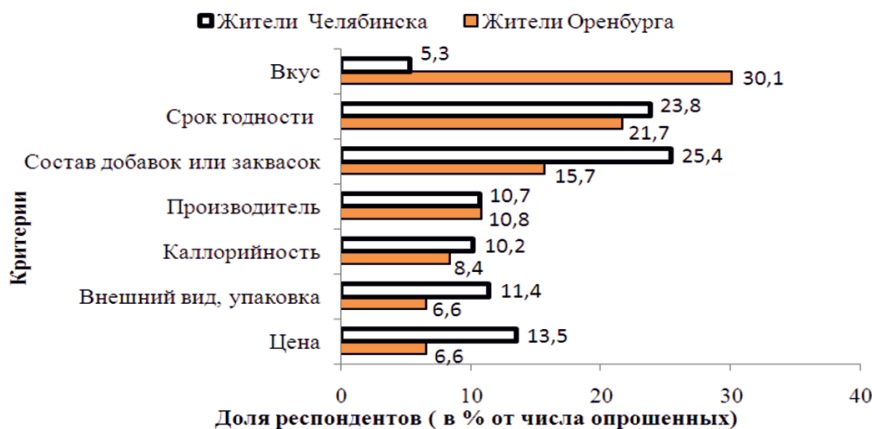


Рис. 1. Основные потребительские предпочтения в выборе кисломолочных продуктов жителями Оренбурга и Челябинска

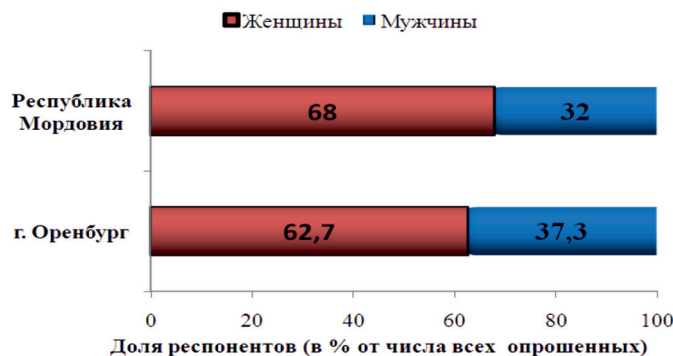


Рис. 2. Гендерные различия в предпочтениях кисломолочных продуктов

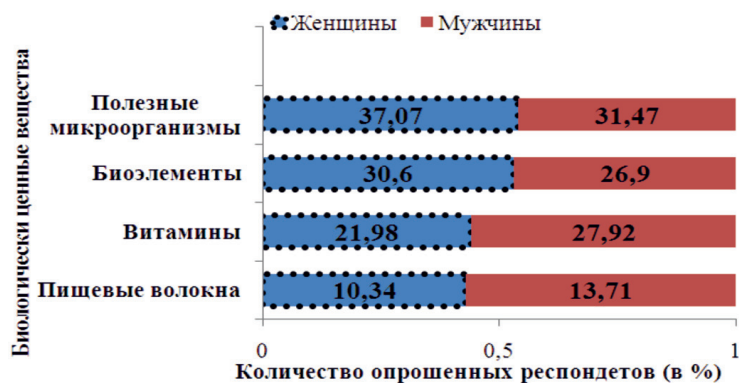


Рис. 3. Гендерные различия жителей Оренбурга в предпочтениях по обогащению кисломолочных продуктов биологически ценными веществами

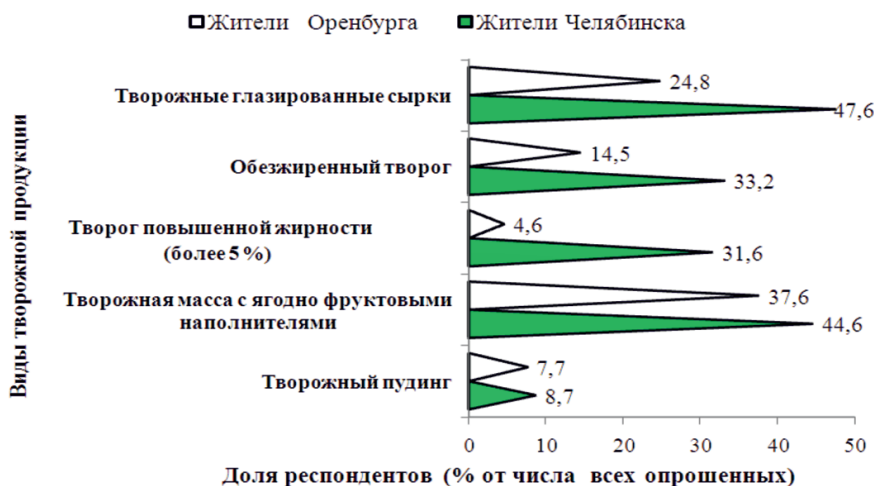


Рис. 4. Предпочтения потребителей видов творожной продукции

Маркетинговые исследования потребительских предпочтений обогащенных молочных продуктов, проведенные авторами статьи в online-формате, не выявили значительных гендерных различий в предпочтениях таких биологически ценных веществ как биоэлементы и пищевые волокна (рис. 3) [8]. Однако в составе обогащающих добавок женщины больше предпочитают витамины, а мужчины – полезные микроорганизмы.

При сравнительном анализе потребительских предпочтений в регионах Урала нами установлено, что наиболее нерентабельным товаром является творожный пудинг: он занимает одно из последних мест при выборе потенциальными потребителями (рис. 4) [5, 7].

К наиболее популярным творожным продуктам относятся творожные глазированные сырки и творожная масса с фрук-

тово-ягодными наполнителями. Такая тенденция сохраняется как у жителей Оренбурга, так и Челябинска (рис. 3). Творог повышенной жирности, как и обезжиренный, пользуется значительно большей популярностью у жителей Челябинска. Наибольшую разницу в предпочтениях потребителей творожной продукции можно увидеть на примере творога повышенной жирности: ему отдают свое предпочтение лишь 4,6% респондентов Оренбурга, в то время как респонденты Челябинска останавливают свой выбор на данном кисломолочном продукте примерно в 7 раз чаще (31,6%) [5, 7]. Этот факт позволяет рассматривать творог как один из базовых кисломолочных продуктов, подлежащих обогащению регионально значимыми биоэлементами с целью восполнения их дефицита в рационах питания жителей Челябинска.

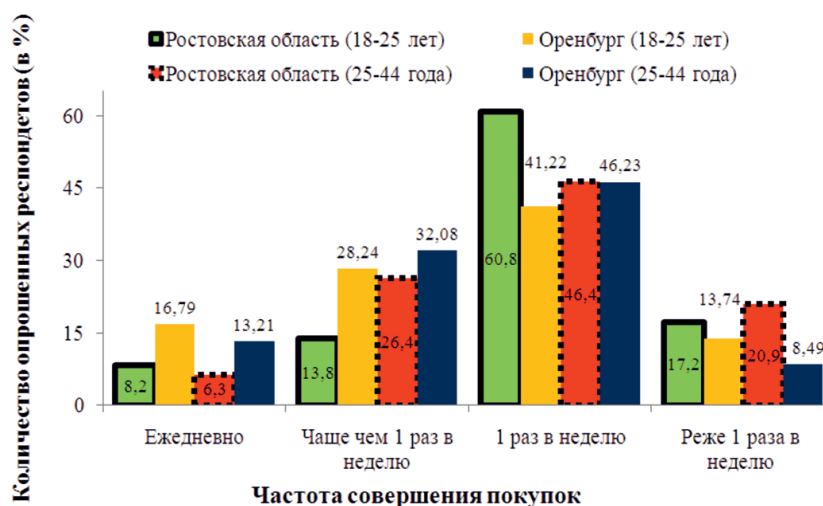


Рис. 5. Распределение респондентов города Оренбурга и Ростовской области по частоте совершения покупок кисломолочных продуктов в зависимости от возраста

Известно, что жители Оренбурга также испытывают дефицит биоэлементов, поскольку область относится к геохимическим провинциям с нехваткой в природных средах йода, лития, фтора и селена. Дефицит этих жизненно важных биоэлементов, в свою очередь, обуславливает развитие биоэлементозов – проявлений дисбаланса содержания в организме биоэлементов. Среди витаминов для Оренбургской области характерен дефицит в витаминах группы В, а также витаминах А, D, Е, С. Более подробно эта региональная проблема была описана авторами статьи ранее [3, 9, 10]. Значимо преобладают (независимо от возраста и региона) потребители, приобретающие кисломолочные продукты хотя бы один раз в неделю (рис. 5). Около 18% потребителей составили устойчивую группу потребителей (рис. 5): они ежедневно приобретают кисломолочные продукты. Это молодые люди города Оренбурга, большинство из которых студенты. Все возрастные группы потребителей, проживающих в Оренбурге, потребляют кисломолочные продукты чаще, чем жители Ростовской области (по данным Е.А. Бывайловой, 2014) и Челябинска [5]. С учетом потребительских предпочтений творожных и йогуртных продуктов населением Оренбургского региона (рис. 3) это позволяет рассматривать кисломолочные продукты как перспективные для обогащения их биологически ценными веществами. Авторами установлено, что в Оренбургском регионе возрастные категории потребителей (от 60 до 75 лет в своем большинстве (более 76%) осознают необходимость обогащения продуктов дефицитными биоэлементами, причем устой-

чивые предпочтения (более 57%) в этом проявляют потребители, начиная от 44 лет. Эта наиболее осведомленная о проблеме региональных биоэлементозов группа респондентов видит в обогащенных молочных продуктах доступный и полезный для своего организма источник восполнения дефицита регионально значимых биоэлементов, таких как йод, селен, фтор, литий и др. микро-макроэлементы. Существенно увеличить группу ежедневно приобретающих кисломолочные продукты в настоящее время проблематично из-за увеличения цены на продукцию, но восприимчивость молодежи к новациям и их осведомленность о положительном воздействии на организм молочных, тем более обогащенных продуктов, позволяет рассчитывать, что, при соответствующей разъяснительной и рекламной работе, число ежедневно приобретающих функциональные продукты будет увеличиваться.

Творог, не зависимо от его жирности, в соответствии с рекомендациями НИИ питания РАМН, следует рассматривать как наиболее подходящий для обогащения кисломолочный продукт. При выборе творога в качестве обогащаемого продукта следует также учитывать, что творог – широко распространенный на рынке продукт, в котором белок и минеральные вещества, как наиболее ценная часть молока, присутствуют в концентрированном виде. Кроме этого отсутствует необходимость изменения технологии, поскольку биологически активные вещества и биологически активные добавки к пище могут вноситься в практически готовый продукт. А для улучшения органолептических показателей готового продукта

существует возможность в качестве вспомогательных веществ использовать плодово-ягодные наполнители или вкусовые добавки.

Кафедрами «Метрология, стандартизация и сертификация» (МСиС) Оренбургского государственного университета (ОГУ) и «Прикладная биотехнология» (ПБ) Южно-уральского государственного университета (ЮУрГУ) обоснована необходимость обогащения пищевых продуктов не минеральными, подчас агрессивными соединениями, а биологическими добавками на растительной органической основе и проводятся исследования по оценке востребованности обогащенных пищевых продуктов и напитков. В этом направлении кафедрами МСиС ОГУ и ПБ ЮУрГУ разработаны практические рекомендации по обогащению кисломолочных продуктов [2, 4, 6].

При соответствующей заинтересованности Муниципальных органов власти, а также администраций ВУЗов авторы статьи готовы разработать технические и нормативные документы и оказать консультацию в реализации технологии получения обогащенных регионально значимых кисломолочных продуктов.

Заключение

Таким образом, изучение в регионах Урала предпочтений возрастных групп потребителей показало, что ежедневно наиболее часто покупают кисломолочные продукты жители в возрасте 18-25 лет, причем преобладающее количество среди них – студенты. Именно эту возрастную группу, для которой молочные продукты заменяют полноценный обед, мы рассматриваем как основных потребителей обогащенного творога и йогурта.

Как показал опрос осознание необходимости потребления продуктов, обогащенных витаминами и микроэлементами, в частности биоэлементами, приходит к потребителям с возрастом. Поэтому необходимо как можно раньше поощрять потребителей в формировании запроса на здоровые пищевые продукты и готовые блюда. С этой целью мы считаем необходимым проведение информационной работы по формированию потребительских предпочтений обогащенных регионально значимых молочных продуктов и безалкогольных напитков. Предлагаем развивать программы, которые формируют у школьников предпочтение к здоровому питанию и образу жизни,

а также участвовать в обучении детей, подростков и взрослых, как теоретическим, так и практическим аспектам здорового питания. Сотрудники специализированных кафедр ВУЗов должны способствовать потребителям в получение полной, стандартизированной, доступной для восприятия и правдивой информации о химическом составе, физиологической и энергетической ценности пищевых продуктов в соответствии с рекомендациями Кодекс Алиментариус (Комиссии по правильному питанию ВОЗ) и нутрициологическими стандартами.

Список литературы

1. Есина С.А. Творог глазами потребителей / А.С. Есина, Н.Е. Царакаева // Международный студенческий научный вестник: Технические науки общее – Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2015/pdf/11315.pdf> (дата обращения 23.05.2015).
2. Кравченко В.Н. Совершенствование номенклатуры показателей качества кисломолочных продуктов на примере йогурта / В.Н. Кравченко, А.О. Мордвинова // Управление качеством в транспортной и социальной сферах: Сборник трудов студентов (под редакцией В.И. Рассохи). – Оренбург: ОГУ, 2015. – 117 с.
3. Пат. на изобретение №2495580 РФ Молочный продукт / Третьяк Л.Н., Герасимов Е.М., Богатова О.В. // Заявитель Третьяк Л.Н., Герасимов Е.М., Богатова О.В. – заявка № 2012122349/10, от 30.05.2012, опубл. 20.10.2013, Б.И. № 29.
4. Пат. на изобретение РФ № 2554466 Биойогурт функционального назначения / Ребезов М.Б. [и др.] // Заявитель и патентообладатель Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет). – опубл. 27.06.2015, Б.И. № 18.
5. Ребезов М.Б. Анализ потребительских предпочтений при выборе творожных продуктов / М.Б. Ребезов, Г. К. Альхамова // Молодой ученый: Южно-Уральский государственный университет – Челябинск, 2013. – № 3 – 16 с.
6. Ребезов М.Б. Сетевое планирование научно-исследовательской работы по разработке йогуртных продуктов / М.Б. Ребезов [и др.] // Педагогика высшей школы. – 2015. – № 2 (2), С. 43–45.
7. Тетерева Т.В. Оценка потребительских предпочтений и органолептических свойств обогащенного творога / Т.В. Тетерева, В.Н. Кравченко // Управление качеством в производственно-транспортной и социальной сферах: сборник научных трудов студентов (под ред. В.И. Рассохи). – Оренбург: ОГУ, 2014. – 174 с., С. 167–174.
8. Третьяк Л.Н. Анализ востребованности обогащенных кисломолочных продуктов на примере йогурта / Л.Н. Третьяк, М.Б. Ребезов., А.О., Мордвинова, В.Н. Кравченко / Электронный научный журнал «Международный студенческий научный вестник» – Режим доступа: <http://www.eduherald.ru/pdf/2015/6/120.pdf> (дата обращения 10.11.2015).
9. Третьяк Л.Н. Минеральные вещества-микронутриенты и здоровье детей / Л.Н. Третьяк, А.В. Скальный, О.В. Богатова // Микроэлементы в медицине. – 2011, т. 12. – № 1–2. – С. 1–6.
10. Третьяк Л.Н. Специфика влияния селена на организм человека и животных, применительно к проблеме создания селеносодержащих продуктов питания / Л.Н. Третьяк, Е.М. Герасимов // Вестник Оренб. гос. ун-та. – 2007. – № 12. – С. 136–145.