

Ассортимент и потребительские предпочтения фруктово-ягодных кондитерских изделий, реализуемых в рознично-торговой сети с. Варна

Маркадеева Ю.Ю – студентка 41 группы., Имбергенова Г. М. – студентка 41 группы, Мижевикина А.С.- доцент кафедры ТПТ и ВСЭ

ФГБОУ ВПО «Уральская государственная академия ветеринарной медицины», г. Троицк

Кондитерские изделия – превосходные лакомства и высококачественные пищевые продукты, и их хорошие вкусовые качества благоприятствуют усиленному выделению пищеварительных соков и поэтому более полному усвоению пищи, принимаемой вместе с ними.[2]

Фруктово - ягодные кондитерские изделия - это продукты переработки плодов и ягод с добавлением большого количества сахара (60-75%) и других веществ (студнеобразователей, пищевых кислот). Они отличаются не только высокой энергетической ценностью, но и значительным содержанием биологически активных соединений - витаминов, минеральных веществ. Фруктово – ягодные изделия вырабатываются в виде: варенья, конфитюров, джемов, повидла, цукатов, желе, мармелада и пастилы [1].

Целью написания работы является изучение ассортимента фруктово-ягодных изделий и потребительских предпочтений фруктово-ягодных изделий, реализуемых в рознично – торговой сети с. Варна.

Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

- Ознакомиться с ассортиментом фруктово – ягодных кондитерских изделий, реализуемых в магазине «Бриз» с. Варна.
- Изучить потребительские предпочтения населения.

Для анализа структуры ассортимента фруктово – ягодных кондитерских изделий нами был произведен анализ всех представленных наименований, реализуемых в магазине «Бриз» с Варна, результаты которого представлены на рисунке 1.

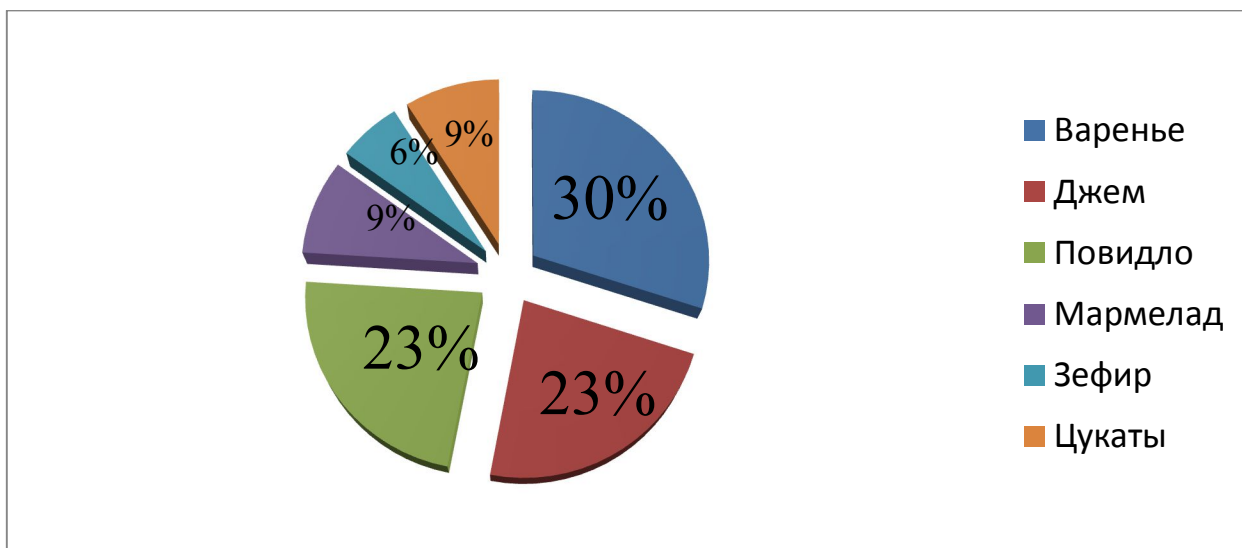


Рисунок 1 – Ассортимент фруктово – ягодных кондитерских изделий, реализуемых в магазине «Бриз»

Из данного рисунка видно, что наибольший ассортимент в магазине «Бриз» имеет варенье – 30%, а наименьший зефир – 6%. В свою очередь повидло составляет 23%.

Также мы выяснили, какому из представленных видов фруктово – ягодных кондитерских изделий потребители отдают наибольшее предпочтение. Результаты представлены на рисунке 2.

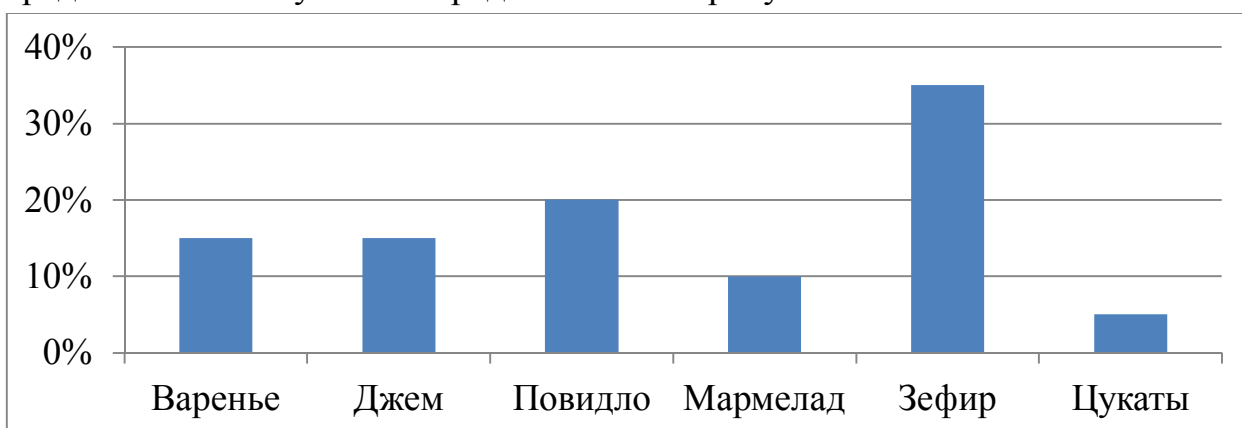


Рисунок 2 – Предпочтения потребителей среди представленных видов фруктово – ягодных кондитерских изделий

Из данного рисунка видно, что из представленных видов фруктово – ягодных кондитерских изделий потребители отдают наибольшее предпочтение зефиру – 1 место, а наименьшее цукатам – 6 место. Повидло в свою очередь также пользуется спросом и занимает 2 место. Возможно это связано с тем, что повидло дешевле, чем варенье и джем.

Из полученных результатов видно, что ассортимент фруктово – ягодных кондитерских изделий разнообразен и повидло среди них занимает далеко не последнее место, хоть и пользуется наименьшим спросом у населения.

Также нами был проведен социологический опрос населения на тему: «Повидло – это популярный продукт и пользуется ли оно спросом у населения?». Целью данного опроса стало:

- узнать, какое повидло пользуется наибольшим спросом у населения и пользуется ли оно спросом вообще;
- сравнить, какая возрастная категория людей предпочитает употреблять данное лакомство.

Для проведения социологического опроса мы выбрали людей разных возрастных групп и предложили им ответить на небольшую анкету. После сбора информации мы проанализировали полученные данные и отобразили их в виде диаграмм. Из результатов нашего опроса видно, что люди в большей степени любят употреблять варенье и повидло, чем джем, результаты отображены на рисунке 3.

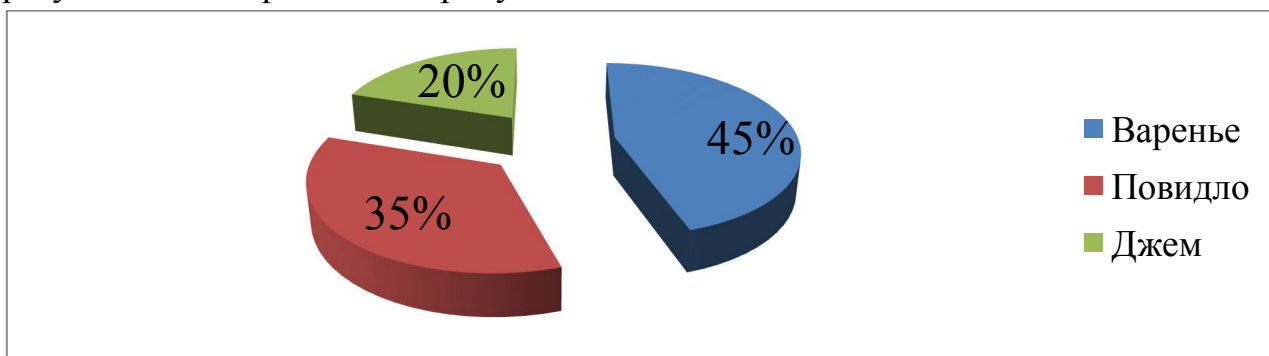


Рисунок 3 – Предпочтения потребителей в выборе варенья, джема и повидла

Из рисунка видно, что люди в большей степени любят употреблять варенье и повидло (45 и 35%), нежели джем (20%).

Также из результатов опроса видно, что чаще всего повидло употребляют люди в возрасте от 7 до 20 лет, как представлено на рисунке 4.

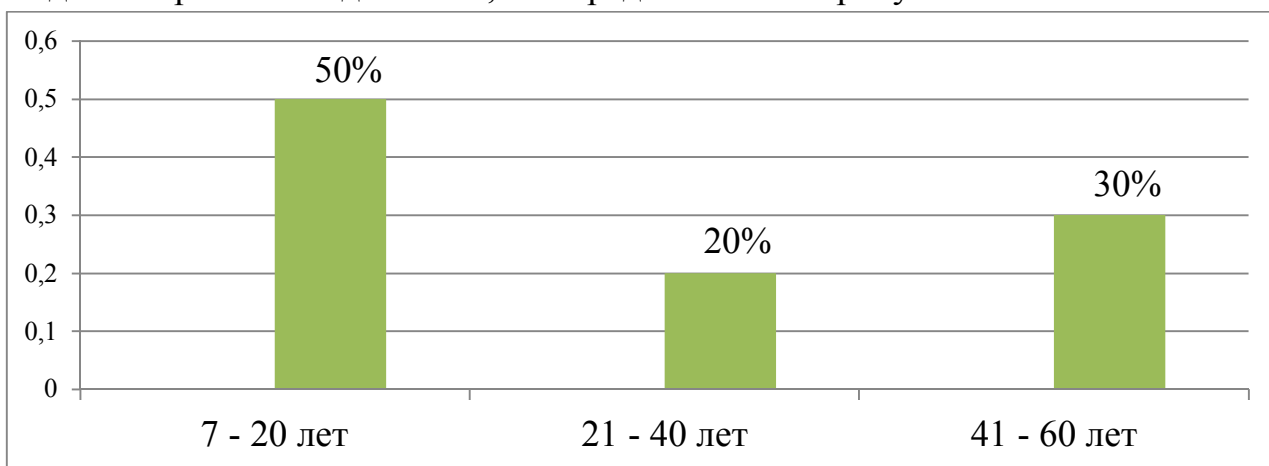


Рисунок 4 – Предпочтения респондентов в зависимости от возрастной категории, которые любят употреблять данное лакомство

Из рисунка видно, что люди в возрасте от 7 до 20 лет больше всего любят употреблять данное лакомство, нежели другая возрастная категория.

Также мы выяснили, какому из представленных видов повидла потребители отдают свое предпочтение, результаты представлены на рисунке 5.

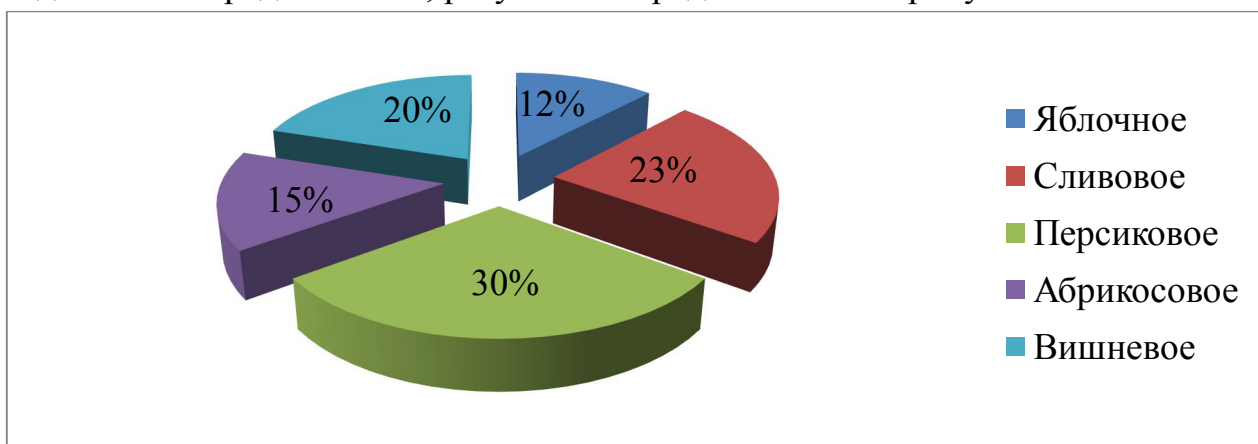


Рисунок 5 – Предпочтения потребителей в выборе вида повидла

Как показывает рисунок 5, лидирующую позицию занимает персиковое повидло 30%, далее идет сливовое повидло 23%, на третьем месте вишневое повидло 20%, на четвертом абрикосовое повидло 15% и наименьшее количество голосов набрало яблочное повидло 12%.

Немало важным показателем служит и упаковка повидла. Как оказалось, наибольшее предпочтение отдается повидлу в стеклянной банке, как показано на рисунке 6.

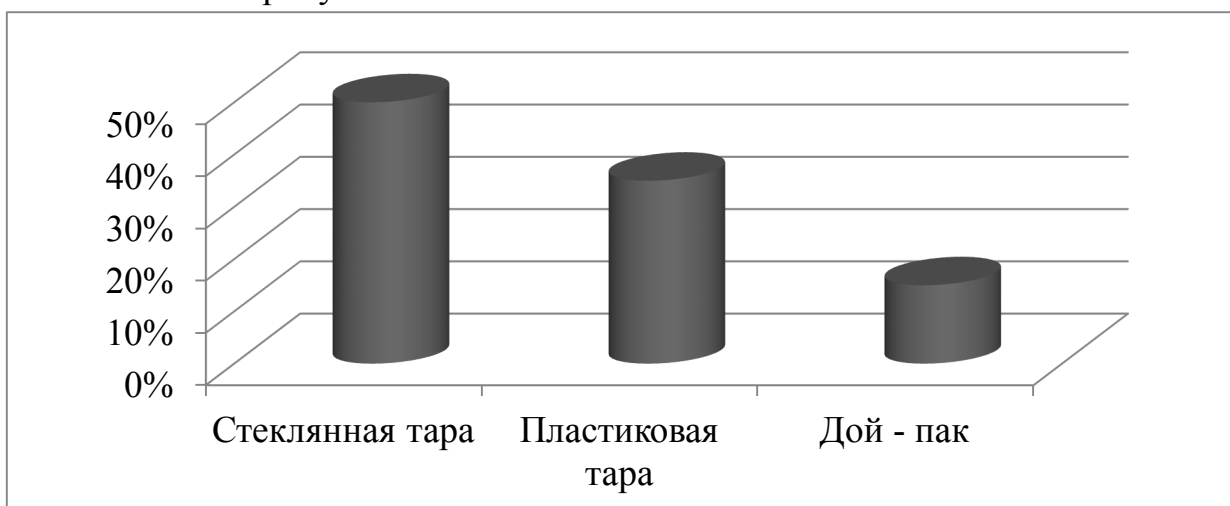


Рисунок 6 – Повидло в какой упаковке пользуется наибольшим спросом

На рисунке видно, что лидирующую позицию занимает стеклянная тара, далее идет пластиковая тара и на последнем месте дой – пак.

И последний вопрос, который мы задали людям: «При покупке повидла обращаете ли вы внимание на цену и какова должна быть оптимальная цена данного лакомства?». Результаты представлены на рисунке 7 и 8.

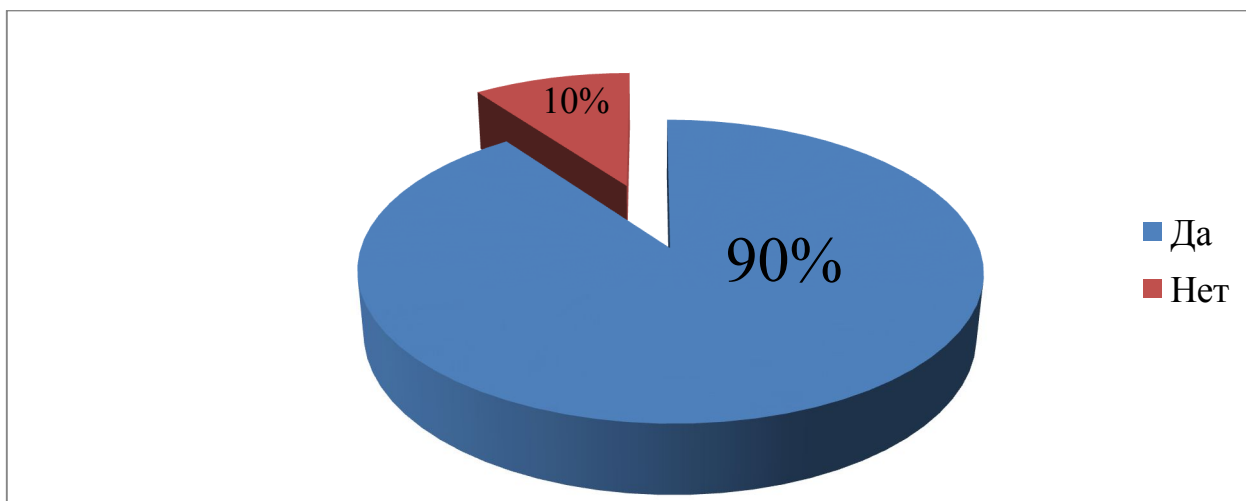


Рисунок 7 – Обращаете ли вы внимание на цену при покупке повидла

Из рисунка видно, что 90% опрошенных обращают внимание на цену при покупке повидла и лишь 10% нет.

На рисунке 8 показана оптимальная цена за 550г повидла, которая наиболее приемлема для населения.

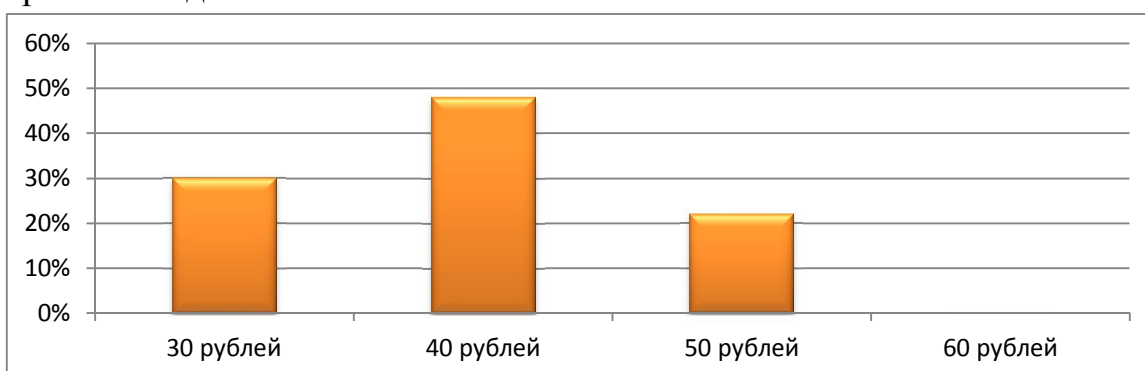


Рисунок 8 – Оптимальная цена за 550г повидла

Из рисунка 8 видно, что 48% опрошенных отдают предпочтение цене в 40 рублей, 30% за цену в 30 рублей, 22% за цену в 50 рублей, и никто не проголосовал за цену в 60 рублей, т.к. эту цену люди считают очень высокой. По результатам социологического опроса можно сделать вывод, что ассортимент фруктово – ягодных кондитерских изделий разнообразен. Наибольшее предпочтение отдается варенью и повидлу. Повидло пользуется наибольшим спросом у населения в возрасте от 7 до 20 лет, также респонденты обращают внимание на упаковку и, конечно же, на цену лакомства.

Установление соотношения цена – качество повидла

Соотношение цена - качество определено сравнением результатов балльной дегустационной оценки с розничной ценой за 100 г каждого образца.

Соотношение цена – качество повидла представлено в таблице 3.

Таблица 3 - Соотношение цена – качество повидла

Наименование	Органолептические показатели, баллы	Цена за 500 г, руб.	Коэффициент цена - качество
1	2	3	4
Повидло яблочное	23	37,5	1,63
Повидло сливовое	23	37,5	1,63
Повидло персиковое	23	40,5	1,75
Повидло абрикосовое	19	35,8	1,88
Повидло вишневое	25	44,1	1,76

Анализ данной таблицы представлен в диаграмме на рисунке 9.

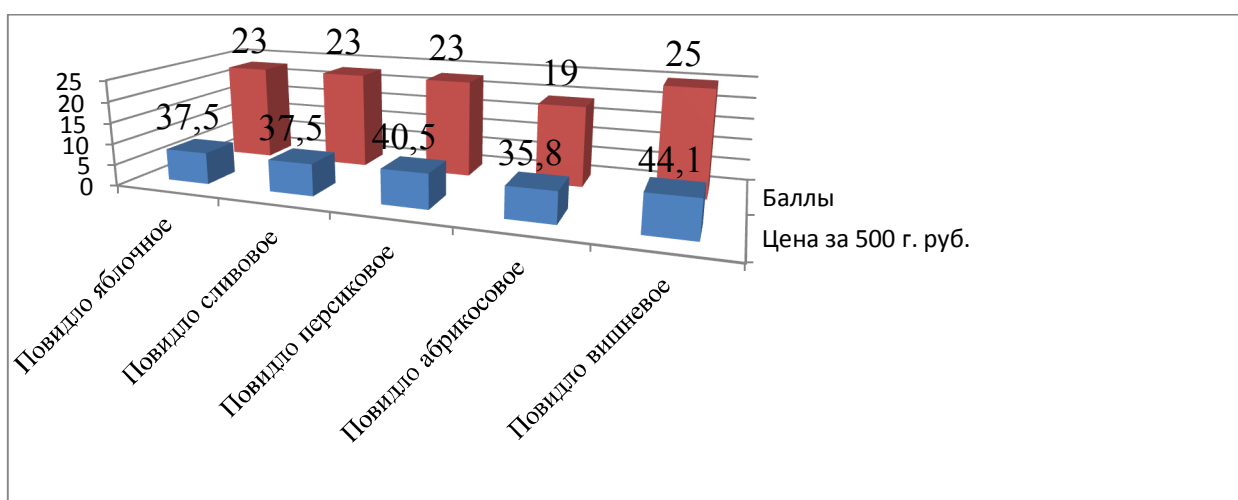


Рисунок 9 – Анализ соотношения цена – качество повидла

Из данного рисунка видно, что повидло вишневое оказалось самым дорогим среди других образцов. За 500г повидла потребитель отдаст 44,1 рубля, это на 3,6 рубля дороже повидла персикового (40,5 рублей). На 6,6 рублей дороже повидла яблочного и сливового (по 37,5 рублей). И на 8,3 рублей дороже повидла абрикосового. Это говорит о том, что покупатель приобретает отличное качество за приемлемую цену. А вот повидло абрикосовое имеет самое низкое качество и самую маленькую цену (35,8 рублей). Оптимальным является повидло яблочное, сливовое и персиковое, т.к. за хорошее качество потребитель заплатит достойную и доступную цену.

Выводы:

1. Магазин «Бриз» направляет свою деятельность на формирование такого ассортимента фруктово – ягодных кондитерских изделий, который полностью учитывает спрос потребителей. Изучение ассортимента реализуемой продукции позволяет сказать, что он разнообразен и

включает в себя почти все традиционно используемые виды продукции.

2. По результатам потребительских предпочтений можно сделать вывод, что ассортимент фруктово – ягодных кондитерских изделий разнообразен. Наибольшее предпочтение отдается варенью и повидлу. Повидло пользуется наибольшим спросом у населения в возрасте от 7 до 20 лет, также респонденты обращают внимание на упаковку и, конечно же, на цену лакомства.

Использованная литература:

1. Любимые русские лакомства: мармелад, пастила, зефир, варенье, повидло. / Кондитерское производство №1. – 2006. – С. 41 - 52.
2. Михайленко, В.Е. Товароведение продовольственных товаров / В.Е. Михайленко. – М.: Питер, 2010. – С. 325 – 334.