

Верховых Дарья Андреевна

аспирант

Черевач Елена Игоревна

д-р техн. наук, доцент, профессор

ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет»

г. Владивосток, Приморский край

АНАЛИЗ РЫНКА МОРОЖЕНОГО «ПЛОМБИР» В Г. ВЛАДИВОСТОК

Аннотация: в настоящее время мороженое является распространенным и популярным пищевым продуктом. В работе авторы ставят задачей подробно рассмотреть представленный на рынке ассортимент мороженого, его особенности и недостатки. Работу выполняли методом мониторинга в супермаркетах г. Владивостока, Приморского края.

Ключевые слова: мороженое, рынок, сегмент рынка, состав, структура, добавки.

Мороженое является достаточно распространенным продуктом среди различных групп населения, а также излюбленным лакомством, отличающимся сезонностью спроса. Согласно проведенным исследованиям, наибольшее значение для потребителя мороженого пломбир имеют вкус, безопасность продукта, натуральность и внешний вид. Показателями, на которые потребитель обращает внимание, названы вид наполнителя, цена, консистенция и полезность продукта [2, с. 23].

Популярность мороженого обусловлена не только его вкусовыми качествами, но также наличием в составе продуктов, являющихся источниками биологически-активных веществ, таких как: полноценные животные белки, лактоза, легкоусвояемый молочный жир, минеральные элементы и витамины [1, с. 76]. На сегодняшний день на рынке Российской Федерации представлен достаточно широкий ассортимент мороженого на основе молока, но с различным содержанием молочного жира: сливочное, молочное, пломбир, как без

вкусоароматических добавок, так и с добавлением орехов, фруктов, шоколада, печенья и других ингредиентов.

И хотя в последнее время появляются новые виды десерта (фруктовый лед, кисломолочное мороженое), согласно данным Союза Мороженщиков в 2016 году, предпочтение потребителей отдается ванильному мороженому пломбиру.

Поэтому, целью работы явилось изучение структуры рынка мороженого пломбира, представленного в супермаркетах города Владивостока.

Для изучения ассортимента мороженого на рынке г. Владивостока был проведен мониторинг в трех сетевых супермаркетах («Три кота» (<https://3kota.vl.ru/>), «Фреш-25» (<http://www.fresh25.ru/>) и «OK» (<http://ok-supermarket.ru/>)). Это супермаркеты с отличающейся ценовой политикой, которые расположены в различных районах города. Данные супермаркеты были выбраны в связи с представленным широким ассортиментом продукции.

Доля пломбира на рынке составила 46 наименований, что соответствует 57%.

Обзор рынка показал, что самыми широко представленными на рынке являются российские производители: ООО «Юнилевер Русь» (г. Омск) – 31%, ООО «Чистая Линия» (г. Москва) – 24%, а также ООО «Гроспирон» (г. Новосибирск) – 10%. Представителями зарубежных производителей мороженого являлись ОАО «Винтер» (г. Донецк, Украина), а также АО «БРПИ» (Баскин Роббинс, США) и Lotte Ice Cream (Ю.Корея).

Большая часть представленных торговых марок – отечественные (65%), а также треть – местные производители (30%), такие как ООО «Арсеньевский молочный комбинат», ООО «Фабрика мороженого» (г. Владивосток) и АО Молочный завод «Уссурийский».

Самым широко представленным видом мороженого является пломбир без наполнителей; мороженое с добавлением орехов и шоколада составляет всего 13% представленных видов, а в меньшей степени в ассортименте представлен продукт с вафлей и печеньем в составе.

Структура ассортимента мороженого по видам используемых наполнителей представлена на рисунке 1.



Рис. 1. Структура ассортимента мороженого в зависимости от используемых вкусоароматических добавок

В ходе исследования рынка было выявлено, цена мороженого колеблется в достаточно широком диапазоне – от 28,10 р/100 г (ТМ «Акцент Прим», г. Уссурийск) до 140 р/100 г (ТМ «Чистая линия», г. Москва); для остальных местных производителей: от 47,75 р до 50,4 р.

Структура ассортимента мороженого в зависимости от цены представлена на рисунке 2.

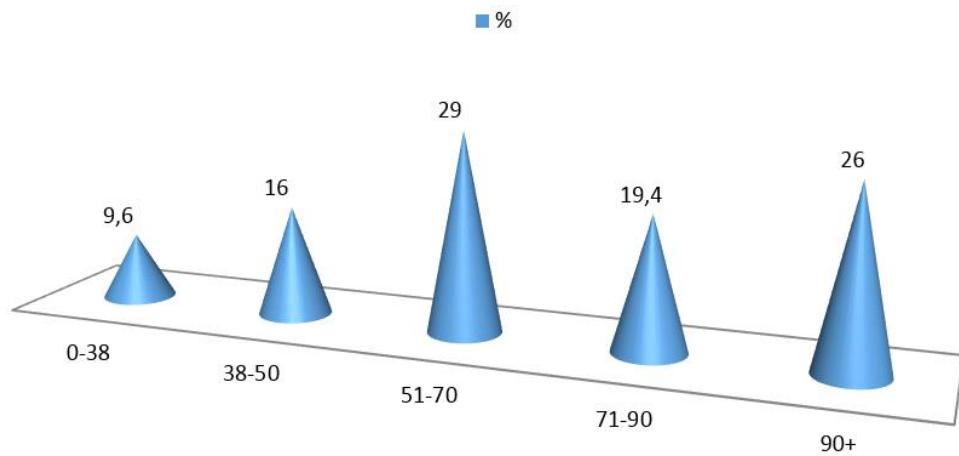


Рис. 2. Структура ассортимента мороженого в зависимости от цены (за 100 г продукта)

В ходе мониторинга, было отмечено, что самой широко представленной упаковкой мороженого является мягкая индивидуальная тара (50%), а рожок и стаканчик оказались наименее представленной упаковкой (7%). При этом ассортимент мороженого в соответствии с объемом представленной тары разделился на две близкие в соотношении группы: наиболее часто встречающимся был объем до 100г и тара 300–500г (38 и 34%, соответственно), а объемы 100–300 и более 500г составили по 14% общего ассортимента.

Структура распределения ассортимента мороженого в зависимости от тары и массы продукта представлена на рисунке 3.

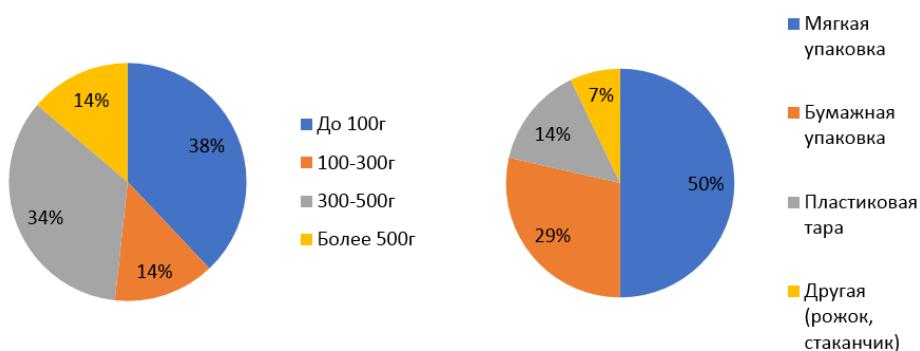


Рис. 3. Структура ассортимента мороженого
в зависимости от тары и массы продукта

Согласно проведенным исследованиям, большая часть ассортимента мороженого имеет в составе комплексные эмульгаторы-стабилизаторы – 82%; натуральные стабилизирующие добавки (куриные яйца и молочные белки) используют только 11% производителей, среди которых торговые марки г. Москвы.

Структура ассортимента мороженого по видам используемых эмульгаторов и стабилизаторов представлена на рисунке 4.

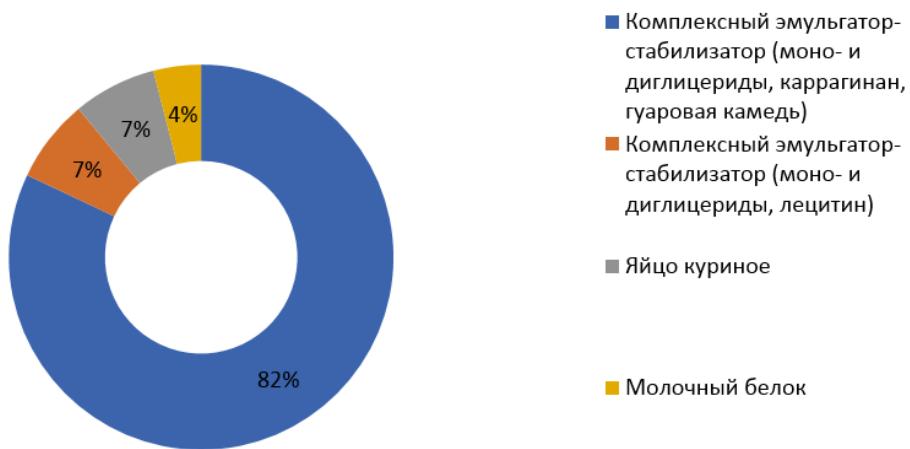


Рис. 4. Структура ассортимента мороженого по видам используемых эмульгаторов и стабилизаторов

Таким образом, на основании анализа рынка можно сделать вывод о том, что хотя ассортимент мороженого пломбир на рынке представлен достаточно широко, однако заметно отсутствие таких видов пломбира как: диетический, с функциональными ингредиентами, с заменителем сахара и обогащенный, а также присутствует большое количество ненатуральных стабилизирующих добавок. Поэтому, представляет научный интерес разработка подобных видов мороженого для расширения ассортимента и более полного удовлетворения потребностей потребителя в здоровом и разнообразном питании.

Список литературы

1. Капрушин Е.С. Расширение комплекса параметров качества мороженого // Стандарты и качество – 2017. – №8. – С. 76–79.
2. Яшкин А.И. Разворачивание функции качества применительно к мороженому. Ч. 1. Анализ потребительских требований к мороженому «пломбир» // Материалы XII Международной научно-практической конференции «Аграрная наука – сельскому хозяйству»–2017. – С. 22–24.