

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ОТНОШЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К УПАКОВКЕ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ СП ОАО «СПАРТАК»

Л.Л. Соловьева¹, В.И. Маргунова²

¹Гомельский государственный технический университет имени П.О.Сухого,
so_lo_vjeva@mail.ru

²Белорусский торгово–экономический университет потребительской кооперации,
val.novak@rambler.ru

Целью проведенных маркетинговых исследований было изучение влияния такого фактора как упаковка на спрос на кондитерские изделия СП ОАО «Спартак». В выборку были включены жители города Гомеля и Гомельской области. В ходе исследования выяснилось, что наибольшим спросом у потребителей пользуется шоколад (32%), шоколадные конфеты (21%), и торты (19% опрошенных). Респондентам в ходе исследования предлагалось назвать любимых производителей различных групп кондитерских изделий. В результате, выяснилось, что по всем номенклатурным группам, кроме шоколада и тортов, лидером является СП ОАО «Спартак» (табл.1).

Таблица 1 – Доля предпочтений респондентов по группам кондитерских изделий

Группа кондитерских изделий	Доля предпочтений СП ОАО «Спартак»	Ближайший конкурент	Доля предпочтений конкурента
Карамель	44	«Roshen»	40
Шоколадные конфеты	72	«Коммунарка»	14
Шоколад	39	«Nestle»	41
Шоколадные батончики	50	«Mars»	35
Печенье	49	«Слодыч»	36
Вафли	67	«Витьба»	30
Торты	21	Гомельхлебпром	35

В тоже время довольно сильные позиции занимают конкуренты. Так, например, 40% респондентов назвали в качестве любимого производителя карамели украинскую фирму «Roshen».

При выборе кондитерских изделий потребители чаще всего действуют на основе личного опыта (55% опрошенных), 12,5 % прислушиваются к рекомендациям продавца и 11,25% в первую очередь обращают внимание на упаковку изделия.

Хотя 78% респондентов отметили, что вся фасованная продукция фабрики является удобной, всё же подавляющее большинство опрошенных покупают печенье, карамель и шоколадные конфеты на развес (рис.).

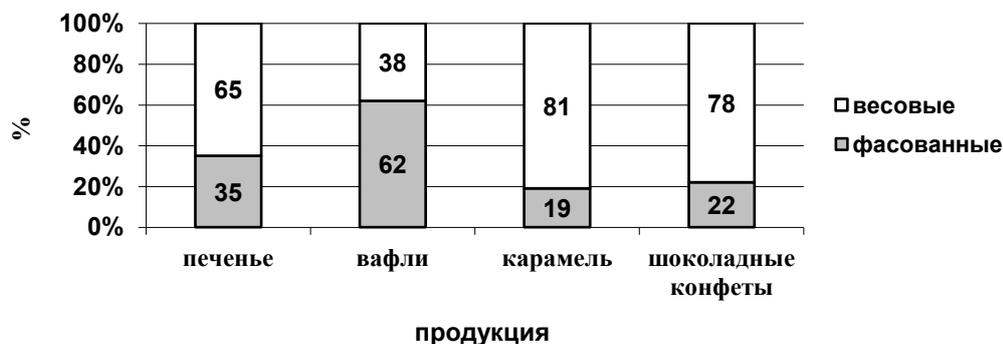


Рисунок – Предпочтения потребителей при выборе весовых или фасованных кондитерских изделий

Мнения мужчин и женщин относительно важнейших характеристик упаковки являются согласованными, но существенно различаются (табл.2).

Таблица 2 – Распределение характеристик упаковки по степени важности респондентами мужского и женского пола

Характеристики упаковки	Ранжированный ряд	
	мужчины	женщины
Цвет упаковки	5	2
Дизайн	2	1
Материал / способность сохранять вкусовые качества	3	4
Информационное содержание	7	3
Форма	6	6
Размер упаковки	1	7
Удобство в раскрытии	4	5

Для мужчин наиболее важным является размер упаковки, на втором месте находится дизайн, наименее значимой характеристикой является информационное содержание (мужчин, как правило, оно не интересует). По мнению женщин, первое место занимает дизайн упаковки, затем они обращают внимание на цвет упаковки, а размер является наименее значимым параметром. Кроме того, важной характеристикой для женщин является информационное содержание (оно занимает третье место). В первую очередь потребителей (как женщин, так и мужчин) интересует такая информация, как срок годности продукции, ее вес и компонентный состав.

Причем 77% респондентов находят всю интересующую их информацию на упаковке кондитерских изделий, 10% опрошиваемых хотели бы знать процент содержания какао в шоколаде, 5% – процент содержания сахара, 3% хотели бы больше узнать о компонентном составе продукции и об оптимальной температуре хранения.

В ходе анализа достоинств и недостатков упаковки кондитерских изделий СП ОАО «Спартак» были получены следующие данные. 36,2% респондентов считают, что бумажная упаковка печенья легко открывается, 27% отметили, что полимерная упаковка печенья в виде тубуса плохо открывается. Основным достоинством упаковки вафель считают легкость в открытии, но в то же время 25% указывают, что она является негерметичной и иногда раскрывается. 32% ответивших

считают упаковку шоколада красочной, а 34% хотели бы изменить цвет упаковки. При этом 61,2% респондентам нравится оформление шоколадок «Спартака» («Веселые ребята», «Сказки Пушкина» и др.).

В заключении анкеты респондентам предлагалось ответить на вопрос, что бы они хотели изменить в упаковке продукции СП ОАО «Спартак». 23% потребителей недовольны дизайном, 17% пожелали изменить цветовое оформление, 16% – объем упаковки, 15% форму упаковки, а 17% ничего не меняли бы, так как их все устраивает.

По результатам маркетинговых исследований были разработаны следующие рекомендации для СП ОАО «Спартак»:

1) продолжать расширять ассортимент выпускаемого шоколада, шоколадных конфет и тортов, т.к. они пользуются повышенным спросом у потребителей. В то же время следует разнообразить цветовую гамму и оформление упаковки шоколада и тортов, сделать ее более красочной. Кроме того, можно увеличить число тортов упакованных в пластиковые контейнеры, т.к. они наиболее предпочтительны для потребителей. Основным недостатком упаковки тортов СП ОАО «Спартак» потребители считают то, что торт в ней «шатается»;

2) многие потребители хотели бы видеть на упаковке такую дополнительную информацию, как: процент содержания какао в шоколаде, процент содержания сахара во всей продукции, более полный компонентный состав, оптимальная температура хранения, при которой продукция сохраняла свои вкусовые качества;

3) можно часть упаковки продукции ориентировать на запросы мужчин (большой размер, специальный дизайн, качественный материал), а другую часть – на удовлетворение запросов женщин (более утонченный дизайн, цветовая гамма, подробная информация о продукции);

4) следует обратить внимание на упаковку печенья в форме тубуса, т.к. часть респондентов считают, что она трудно раскрывается, в то же время герметичность упаковки вафель, наоборот, нарушается;

5) наиболее предпочтительным материалом для упаковки потребители считают полимерные материалы. В то же время конфеты (в том числе и карамель) они хотели бы видеть в металлизированной упаковке.