

УДК 339.13

**ИССЛЕДОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ТВОРОЖНЫХ СЫРОВ,  
РЕАЛИЗУЕМЫХ НА РЫНКЕ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА****Хлебникова Яна Владимировна,**

бакалавр 4 курса,

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,

Россия, г. Владивосток

E-mail: yana.hlebnikova.2000@mail.ru

**Масленникова Евгения Владимировна,**

кандидат технических наук, доцент кафедры маркетинга и торговли,

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,

Россия, г. Владивосток

E-mail: jannym@mail.ru

**Аннотация**

Данная статья посвящена изучению потребительских предпочтений и анализу текущего состояния рынка творожных сыров г. Владивостока. В рамках данной работы был проведен анализ ассортимента творожных сыров на примере нескольких торговых точек города. Был сделан вывод о том, какие именно факторы влияют на разнообразие представленной в магазинах продукции. Важным вопросом, рассматриваемым в данной статье, является изучение потребительского выбора, который в значительной степени влияет на ассортимент реализуемой на рынке продукции.

**Ключевые слова:** творожные сыры, ассортимент, спрос, потребительские предпочтения, рынок города Владивостока.

**STUDY OF THE RANGE OF CURD CHEESES SOLD ON THE MARKET OF  
THE CITY OF VLADIVOSTOK****Yana V. Khlebnikova,**

4nd year bachelor's student,

Vladivostok State University of Economics and Service,

Russia, Vladivostok

E-mail: yana.hlebnikova.2000@mail.ru

**Evgenia V. Maslennikova,**

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of International Trade,

Vladivostok State University of Economics and Service,

Russia, Vladivostok

E-mail: jannym@mail.ru

## ABSTRACT

This article is devoted to the study of consumer preferences and analysis of the current state of the curd cheese market in Vladivostok. As part of this work, an analysis of the range of curd cheeses was carried out using the example of several retail outlets in the city. It was concluded what factors influence the variety of products presented in stores. An important issue addressed in this article is the study of consumer choice, which largely affects the range of products sold.

**Keywords:** curd cheeses, assortment, demand, consumer preferences, Vladivostok city market.

Творожные сыры представляют собой мягкие сыры, которые изготавливаются из молочной сыворотки путем свёртывания белков молочного сыря.

Основным нормативно-правовым актом, регламентирующим производство и потребление творожных сыров, является ГОСТ 33480-2015 [1].

В соответствии со стандартом, продукт в зависимости от дополнительной обработки производится в виде: сыра творожного; сыра творожного, подвергнутого термической обработке; сыра творожного взбитого; сыра творожного аэрированного; сыра творожного взбитого и аэрированного.

В зависимости от вносимых немолочных компонентов продукт производится в виде: сыра творожного; сыра творожного с пищевкусовыми продуктами; сыра творожного сладкого; сыра творожного сладкого с пищевкусовыми продуктами.

Качество сыров зависит от ряда факторов, в первую очередь от сыря - молока. В нем не допускаются какие-либо дефекты. Оно должно быть сыропригодным, благоприятной средой для развития молочнокислых бактерий и не содержать масляно-кислые микроорганизмы [1].

Творожный сыр является сравнительно молодым продуктом питания, что объясняет ценность изучения его потребительских свойств. В последние годы творожным сырам было посвящено большое количество публикаций. Сергеева В.С. и Серова О.П. подошли к вопросу разработки рецептуры творожного сыра, который обладал бы лечебно-профилактическими свойствами [2]. Созданием нового вида творожного сыра также занимались Д.А. Лескина и А.А. Короткова, авторы выявили, что модификация белкового состава творожного сыра повышает выход продукта на 15% и улучшает его консистенцию [3].

Непосредственно исследованию ассортимента и потребительских свойств творожных сыров посвящены работы Е.Н. Деминой и О.Н. Ветровой [4], М.И. Черепановой [5], А.И. Загретдиновой, Г.Г. Нигьметзяновой, Л.З. и Габдукаевой [6]. Несмотря на частичную изученность рассматриваемых в данной статье вопросов, в научных трудах вышеперечисленных авторов не находит отражения изучение потребительских предпочтений потребителей.

Актуальность данной работы также состоит в том, что Дальний Восток в достаточной мере отдален от центральной части России, что оказывает влияние на ассортимент продукции, а также на предпочтения потребителей.

Несмотря на то, что Приморский край обеспечивает творожными сырами порядка 40% рынка Дальнего Востока, доля производства и потребления рассматриваемого продукта достаточно низкая по сравнению с другими регионами страны [7].

Необходимо отметить, что творожные сыры являются достаточно молодой товарной категорией и на сегодняшний день находятся на стадии своего развития и повсеместного

распространения. Влияние на рост популярности творожных сыров оказывает смещение культуры потребления в сторону правильного питания и здорового образа жизни [8].

Анализ ассортимента творожных сыров, реализуемых на рынке города Владивостока, проводился на базе следующих торговых точек:

- гипермаркет «Самбери». Достоинства – крупная торговая сеть, удобное месторасположение (ул. Русская, 2к (ТЦ Дружба)) находится рядом с автовокзалом. Недостатки – высокий уровень конкуренции с позиции ассортимента и цены с супермаркетом «Реми»;

- супермаркет «Реми». Достоинства – широкая филиальная сеть, большая торговая площадь, низкие цены. Недостатки – неудачное месторасположение (ул. Шуйская, 23а – в глубине района Вторая речка);

- супермаркет «Михайловский». Достоинства – удачное месторасположение (пр-кт 100-летия Владивостока, 150в (ТК Заря)) – популярная остановка общественного транспорта, поблизости практически нет больших магазинов. Недостатки – в сети всего 3 магазина, достаточно высокие цены.

Вид торговой точки, а также её месторасположение оказывают значительное влияние на ассортимент реализуемой продукции. Так, крупные предприятия имеют возможность закупать товар в больших количествах по более выгодной цене, устраивать выгодные акции, а удачное месторасположение способно обеспечить достаточный поток клиентов и надлежащую прибыль [9].

Методом наблюдения было установлено, что в супермаркете «Реми» представлено 19 наименований творожных сыров, в «Михайловском» - 25 и в «Самбери» - 29 наименований. Такая разница в глубине ассортимента данной группы товаров существует из-за различного типа торговых предприятий и из-за месторасположения магазинов.

Анализ творожных сыров проводился в разрезе следующих критериев: страна происхождения продукта, торговая марка, упаковка, добавки в составе.

В гипермаркете «Самбери» представлен большой выбор творожных сыров импортных производителей. В магазине представлена продукция марки «Prezident», которая отсутствует в ассортименте двух других магазинов. Российские творожные сыры представлены в большом количестве в магазине «Михайловский», а в супермаркете «Реми» можно встретить ограниченное количество творожных сыров в равной доле и российских и зарубежных производителей. Так, в «Реми» представлены импортные творожные сыры «Labne», страной происхождения которых является Турция.

Установлено, что на рынке города Владивостока лидирующую позицию среди творожных сыров, представленных во всех трёх торговых предприятиях, занимает марка «Hochland» (52,9%). На втором месте находится торговая марка «Bonfesto» (17,6%), третье место отдано творожным сырам торговой марки «Свежа» (13,2%). Наименьшей популярностью на рынке города пользуются торговые марки «Prezident» и «Labne» (рис. 1).

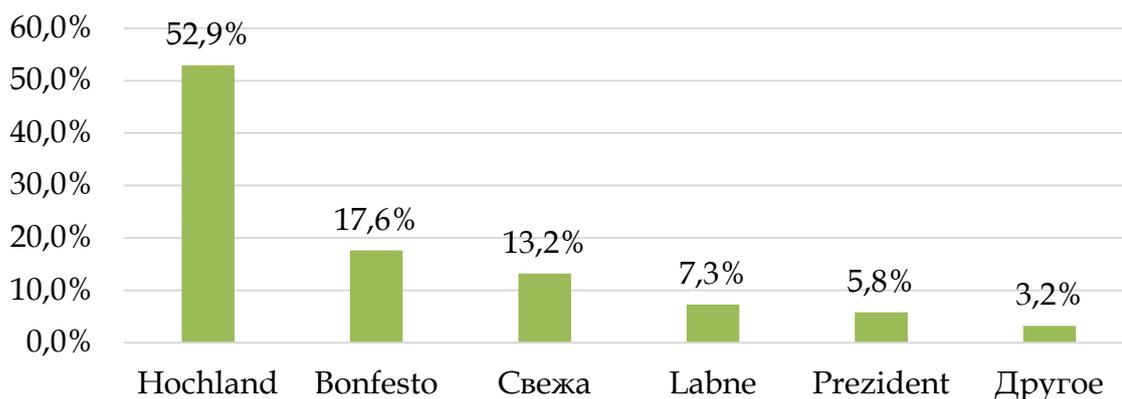


Рисунок 1 - Структура ассортимента творожных сыров по торговым маркам

Ассортимент творожных сыров на рынке города представлен всего в 3-х видах упаковок: стакан из полимерного материала, банка-контейнер и полимерная плёнка. Было установлено, что подавляющую долю (92,4%) занимает стакан из полимерного материала (рис. 2).

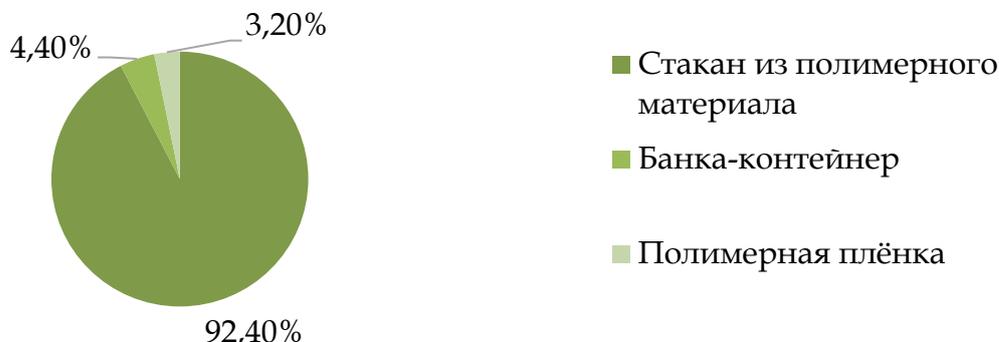


Рисунок 2 - Структура ассортимента творожных сыров по виду тары

Также было выявлено, что распространёнными добавками в составе творожных сыров, представленных в торговых точках г. Владивостока («Самбери», «Реми», «Михайловский») являются: грибы, ветчина, зелень.

Для более полного понимания существующей на рынке ситуации было проведено исследование потребительских предпочтений жителей города в отношении выбора творожных сыров. Изучение спроса населения позволяет определить потенциальные возможности продукта на рынке [10].

Сбор информации о предпочтениях потребителей проводился путем анкетирования. В исследовании приняли участие 200 респондентов, из которых 152 - женщины и 48 мужчин. Наибольшую часть в опросе составили респонденты в возрасте от 19 до 23 лет, а более распространённым родом занятий среди проголосовавших стала работа.

Большую часть респондентов составили потребители в возрасте от 19 до 23 лет (40,6%), на респондентов в возрасте 24-34 года приходится 23,3%, в возрасте от 35-50 лет – 20,5%, в возрасте 15-18 лет – 5,5% и наименьшую часть 4,1 % составили респонденты в возрасте от 50 и старше.

Большая часть респондентов 42,5 % являются работающими, 34,2% студенты, 15,1% являются предпринимателями и в равных долях по 4,1% составили учащиеся школы и временно безработные.

В ходе опроса было выявлено, что наибольшая часть опрошиваемых (30,1%) приобретает сыр несколько раз в месяц, 26% респондентов приобретают продукт один раз в месяц, 12,3% ответили, что покупают сыр раз в неделю (рис. 3).

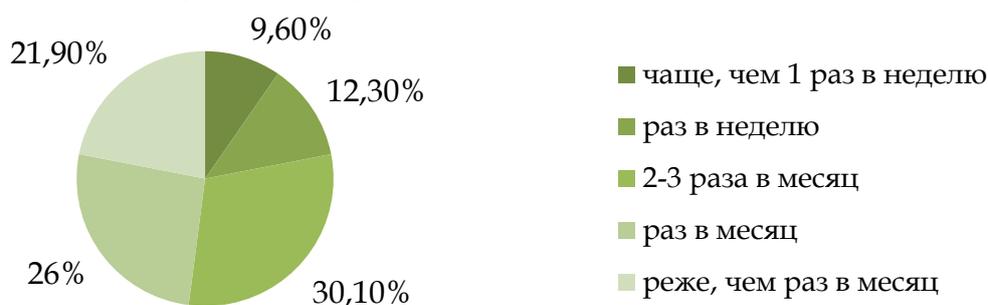


Рисунок 3 Распределение респондентов по частоте приобретения сыра

Вопрос выбора места для покупки творожного сыра респондентами позволил сделать следующие выводы. Большинство участников опроса (72,6%) приобретают сыр в

супермаркете, что обусловлено широким ассортиментом, а также наличие открытых витрин, 30,1% покупают в частных продуктовых магазинах за счет удобного расположения. Из числа опрошенных 37% респондентов за покупкой сыра отправляются в гипермаркеты. 20,1% при выборе места для покупки творожного сыра выбрали специализированные сети магазинов молочной продукции, 8,2% отвечающих выбрали ответ - продуктовые рынки (рис. 4).



Рисунок 4 Распределение респондентов по отношению выбора места покупки

Большинство опрошенных - 37% готовы потратить 116-150 рублей за 1 упаковку творожного сыра, так как низкая стоимость является ещё одним преимуществом творожных сыров. Также было выявлено, что 35,6% респондентов были бы готовы заплатить цену в диапазоне 151-200 рублей за 1 упаковку, 19,2% опрошенных готовы потратить от 200 рублей и больше, 8,2% устраивает цена до 115 рублей (рис. 5).

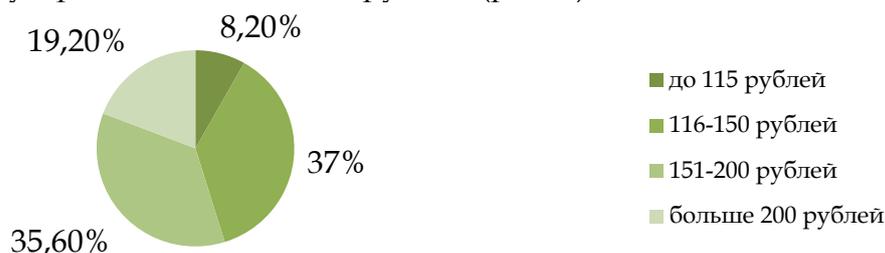


Рисунок 5 - Распределение респондентов по отношению к сумме, которую они готовы потратить за 1 упаковку творожного сыра

Согласно мнению респондентов, наиболее важными критериями, которыми руководствуются потребители при выборе сыра являются: срок годности, качество и цена.

Фактор цены имеет среднее значение при оценке важности для большинства опрошенных (52,8%), 27,8% обращают особое внимание на цену при покупке сыра, и для 19,4% респондентов такой критерий, как цена, не имеет значения при выборе продукта.

Качество продукта является важным фактором при покупке для 78,1% опрошенных, для 19,2% этот критерий имеет среднюю оценку важности и лишь для 2,7% респондентов данный критерий не имеет значения (рис. 6).

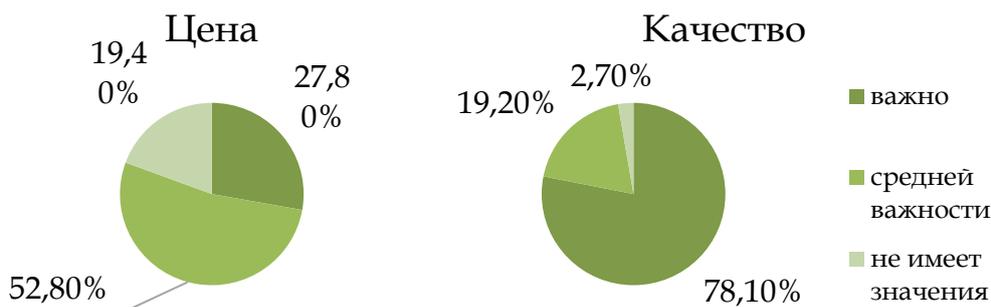


Рисунок 6 - Распределение респондентов по важности цены и качества

Исследование важности дизайна упаковки и срока годности позволило сделать следующие выводы. Из общего числа опрошенных, 38% респондентов считают, что дизайн упаковки не имеет значения, для 47,9% отвечающих, этот критерий имеет среднюю оценку важности. Также есть покупатели, для которых дизайн упаковки продукта важен (14,1%).

Большинство опрошиваемых – 60,3% считают важным обращать внимание на срок годности при покупке сыра. При этом, не все потребители придают большое значение критерию, так 24,7% респондентов считают, что данный фактор имеет среднюю оценку важности при выборе сыра, 15,1% опрошиваемых считают, что срок годности не имеет значения (рис 7.).

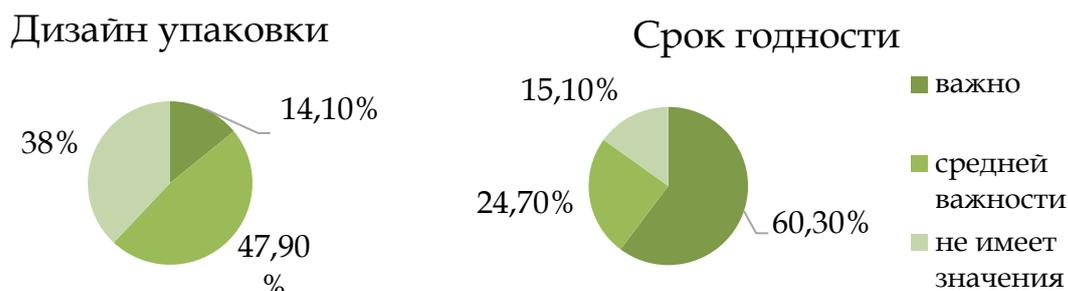


Рисунок 7 - Распределение респондентов по важности дизайна упаковки и срока хранения

Завершающие вопросы анкеты были направлены на изучение предпочтений потребителей в разрезе производителей, вида упаковки, торговых марок, а также наполнителей творожных сыров.

60,3% потребителей предпочитают как творожные сыры российских производителей, так и импортные сыры. У 19,2% опрошиваемых на первом месте в рейтинге стран-производителей творожных сыров является Россия, а 20,5% потребителей отдают предпочтение импортным сырам. Доли практически равные, что ещё раз подтверждает, что большинству потребителей не важно, импортный ли творожный сыр или российский.



Рисунок 8 - Распределение респондентов по производителям сыров

Большинство опрошенных предпочитают стакан из полимерного материала – 68,5%. К варианту такой упаковки, как полимерная плёнка, склоняются лишь 12,2% опрошиваемых, а к банке-контейнеру – 19,3% (рис.9).



Рисунок 9 - Распределение респондентов по выбору вида упаковки для сыров

Также необходимо было выяснить, как потребители относятся к появлению новинок данного продукта на рынке города Владивостока. Было выявлено, что потребители

привыкли покупать один и тот же привычный продукт - 52,8%, 47,2% респондентов с интересом относятся к появлению новинок данного продукта.

Лидером среди торговых марок творожных сыров стал «Hochland» (72,6%), 38,4% респондентов отдали своё предпочтение сыру «Prezident», 27,4% выбрали торговую марку «Свежа», 17,8% опрошенных отметили торговую марку «Bonfesto», 16,4% выбрали творожные сыры торговой марки «Labne». Также 20,5% опрашиваемых выбрали ответ «другое», отметив при этом следующие торговые марки творожных сыров: «Белое золото», «Кневичанский», «Кремолле» (рис. 10).

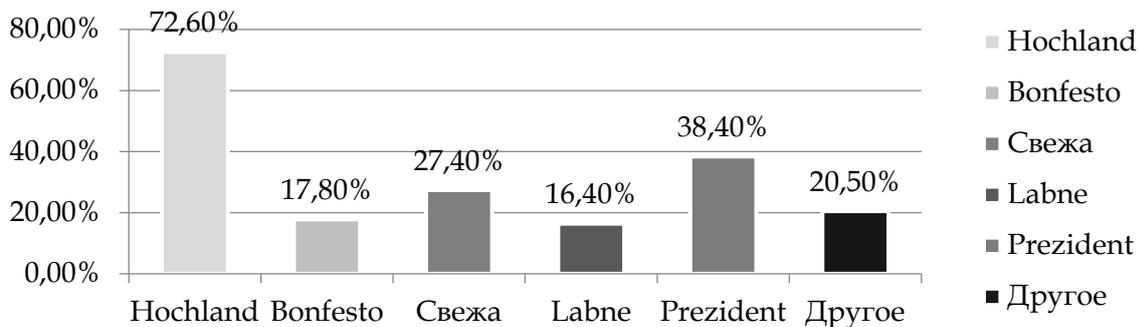


Рисунок 10 - Распределение респондентов по выбору торговых марок творожных сыров

Также было выявлено, какие наполнители предпочитают потребители в творожном сыре. Большая часть опрашиваемых предпочитает классический сливочный вкус - 63,9%, 36,1% респондентов отметили, что предпочитают в качестве наполнителя в творожном сыре грибы, 50% выбрали в качестве наполнителя зелень, а 37,5% отдали предпочтение ветчине (рис. 11).

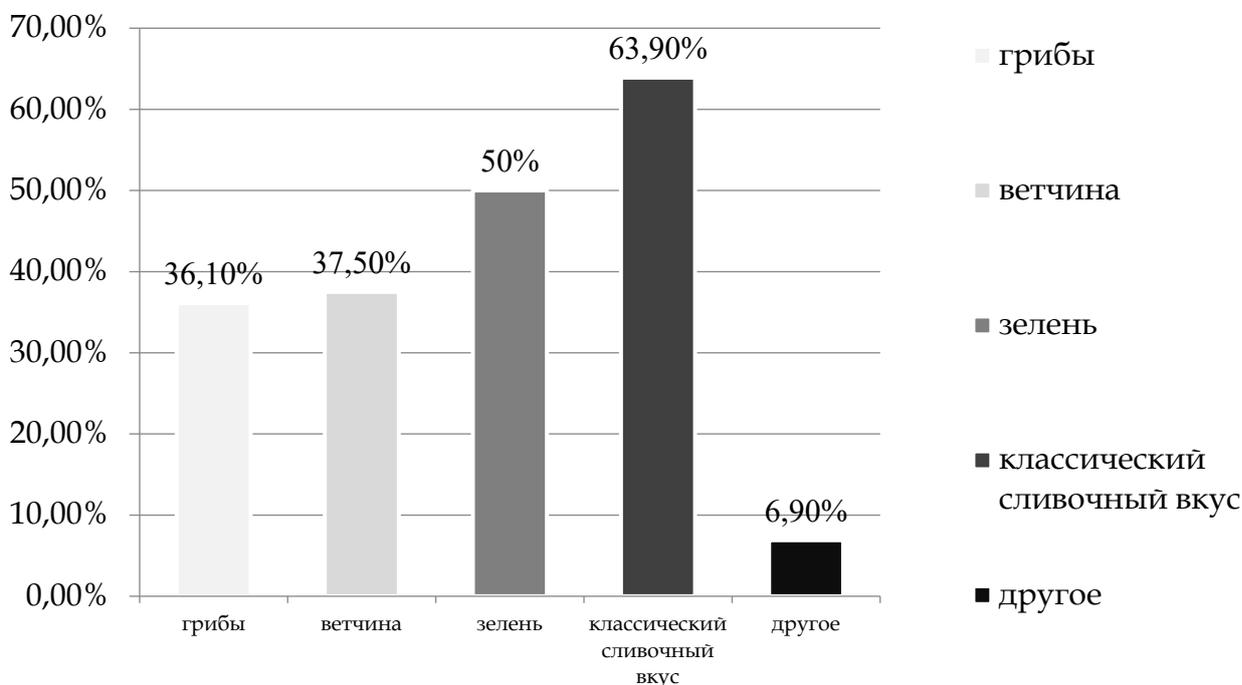


Рисунок 11 - Распределение респондентов в выборе наполнителей в творожном сыре

На основании проведенных исследований ассортимента и потребительских предпочтений в выборе творожных сыров, представленных в торговых точках г. Владивостока, можно сделать следующие выводы.

При формировании ассортиментной линейки в исследуемых торговых точках учитываются предпочтения потребителей в выборе стран - производителей. Установлено, что большая часть ассортимента представлена российскими производителями, что

соответствует выбору 19,2% потребителей, но часть опрошенных, а именно 60,3%, предпочитают как сыры российских производителей, так и импортные сыры. Импортные сыры в больших количествах представлены в магазинах «Реми» и «Самбери».

Ассортимент творожных сыров сформирован по предпочитаемым торговым маркам, наибольшую долю занимает ТМ «Hochland», что соответствует выбору 72,6% потребителей, ТМ «Свежа» (ОАО «Савушкин») занимает 13,2% в структуре, 27,4% потребителей выбирают эту марку.

Выбор потребителей по виду упаковки соответствует представленному ассортименту в торговых точках. Так, 68,5% опрошенных потребителей предпочитают в качестве упаковки стакан из полимерного материала.

Предпочтения потребителей по добавкам и вкусу творожного сыра также соответствует представленному ассортименту в торговых точках. Было выяснено, что большая часть потребителей предпочитает классический сливочный вкус (63,9%), 36,1% отметили, что предпочитают в качестве наполнителя грибы, 50% выбрали в качестве наполнителя зелень, а 37,5% респондентов отдали предпочтение ветчине. Так же респондентами были отмечены такие вкусы, как томаты, чеснок, огурцы, креветки.

Таким образом, на основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы. Ассортимент творожных сыров на рынке г. Владивостока зависит как от удаленности региона от центра страны, так и от характеристик торговой точки, в которой реализуется товар. Чем крупнее компания и выгоднее её месторасположение, тем больше видов сыра будет представлено на полках магазина, что объясняется высокой проходимостью.

Лояльность потребителей при выборе творожного сыра зависит от узнаваемости торговой марки, возможности приобрести товар как в гипермаркете, так и на продуктовом рынке, стоимости и качества товара.

Расширение ассортимента сыров и повышение лояльности потребителей г. Владивостока возможны за счет открытия производств по производству творожного сыра на территории Приморского края. Во-первых, местная продукция пользуется популярностью, а во-вторых, снижение логистических издержек позволит снизить стоимость готовой продукции.

#### **Список литературы:**

1. ГОСТ 33480-2015 Сыр творожный. Общие технические условия // Vsegost: библиотека ГОСТов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://vsegost.com/Catalog/61/61168.shtml> (дата обращения: 23.05.2022)
2. Лескина, Д. А. Творожный сыр модифицированного белкового состава / Д. А. Лескина // Смотр-конкурс научных, конструкторских и технологических работ студентов Волгоградского государственного технического университета : Тезисы докладов, Волгоград, 13-17 мая 2019 года / Редколлегия: С.В. Кузьмин [и др.]. – Волгоград: Волгоградский государственный технический университет, 2019. – С. 298-299.
3. Сергеева В.С. Разработка технологии производства творожного сыра с растительным наполнителем / В.С. Сергеева, О.П. Серова // Инновационное развитие аграрно-пищевых технологий: Материалы Международной научно-практической конференции 17-18 июня 2021 г., г. Волгоград / Редколлегия: И.Ф. Горлова [и др.]. – Волгоград: Волгоградский государственный технический университет, 2021. – С. 194-196.

4. Демина, Е. Н. Изучение ассортимента и потребительских свойств творожных сыров / Е. Н. Демина, О. Н. Ветрова // Актуальные вопросы товароведения, безопасности товаров и экономики : Сборник научных статей по итогам Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Коломна, 23–24 марта 2018 года / Под редакцией А.Н. Столяровой. – Коломна: Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области "Государственный социально-гуманитарный университет", 2018. – С. 105-109.
5. Черепанова, М. И. Ассортимент творожных сыров / М. И. Черепанова // Научные труды студентов Ижевской ГСХА / ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА. – Ижевск: Ижевская государственная сельскохозяйственная академия, 2021. – С. 794-798.
6. Загретдинова, А. И. Расширение ассортимента мягких творожных сыров с использованием комплекса пробиотиков и вкусовых добавок / А. И. Загретдинова, Г. Г. Нигъмезянова, Л. З. Габдукаева // Пищевые технологии и биотехнологии : материалы XVI Всероссийской конференции молодых ученых, аспирантов и студентов с международным участием, посвященной 150-летию Периодической таблицы химических элементов: в 3 частях, Казань, 16–19 апреля 2019 года. – Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2019. – С. 192-194.
7. Чебакова Г.В. Товароведение, технол.и эксперт.пищ.: учебное пособие / Г.В. Чебакова, И.А. Данилова. - М.: Инфра-М, 2019. - 208 с.
8. ГОСТ 15467-79 Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения // Vsegost: библиотека ГОСТов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://vsegost.com/Catalog/31/31626.shtml> (дата обращения: 26.05.2022)
9. Мартышенко Наталья Степановна Маркетинговые исследования рынка молочной продукции Приморского края // АНИ: экономика и управление [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovye-issledovaniya-rynka-molochnoy-produktsii-primorskogo-kрая> (дата обращения: 27.05.2022).
10. Николаева М.А. Рынок молочных товаров: состояние и перспективы развития // Food industry. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-molochnyh-tovarov-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya> (дата обращения: 26.05.2022).

**References:**

1. GOST 33480-2015 Curd cheese. General specifications // Vsegost: GOST library [Electronic resource] - Access mode: <http://vsegost.com/Catalog/61/61168.shtml> (Accessed: 05/23/2022)
2. Leskina, D. A. Curd cheese of a modified protein composition / D. A. Leskina // Review competition of scientific, design and technological works of students of the Volgograd State Technical University: Abstracts, Volgograd, May 13–17, 2019 / Editorial Board: С .А.Т. Kuzmin [i dr.]. - Volgograd: Volgograd State Technical University, 2019. - P. 298-299.
3. Sergeeva V.S. Development of technology for the production of curd cheese with vegetable filler / V.S. Sergeeva, O.P. Serova // Innovative development of agrarian and food

- technologies: Proceedings of the International Scientific and Practical Conference June 17-18, 2021, Volgograd / Editorial Board: I.F. Gorlova [i dr.]. - Volgograd: Volgograd State Technical University, 2021. - P. 194-196.
4. Demina, E. N. Studying the range and consumer properties of curd cheeses / E. N. Demina, O. N. Vetrova // Topical issues of commodity science, product safety and economics: Collection of scientific articles based on the results of the All-Russian scientific and practical conference with international participation, Kolomna, March 23-24, 2018 / Edited by A.N. Stolyarova. - Kolomna: State Educational Institution of Higher Education of the Moscow Region "State Social and Humanitarian University", 2018. - P. 105-109.
  5. Cherepanova, M. I. Assortment of curd cheeses / M. I. Cherepanova // Scientific works of students of the Izhevsk State Agricultural Academy / FGBOU VO Izhevsk State Agricultural Academy. - Izhevsk: Izhevsk State Agricultural Academy, 2021. - S. 794-798.
  6. Zagretdinova, A. I. Expansion of the range of soft curd cheeses using a complex of probiotics and flavoring additives / A. I. Zagretdinova, G. G. Nigmatzyanova, L. Z. Gabdukaeva // Food technologies and biotechnologies: materials of the XVI All-Russian Conference of Young Scientists, graduate students and students with international participation, dedicated to the 150th anniversary of the Periodic Table of Chemical Elements: in 3 parts, Kazan, April 16-19, 2019. - Kazan: Kazan National Research Technological University, 2019. - P. 192-194.
  7. Chebakova G.V. Commodity science, technology and expert food: study guide / G.V. Chebakova, I.A. Danilova. - M.: Infra-M, 2019. - 208 p.
  8. GOST 15467-79 Product quality management. Basic concepts. Terms and definitions // Vsegost: library of GOSTs [Electronic resource] - Access mode: <http://vsegost.com/Catalog/31/31626.shtml> (date of access: 05/26/2022)
  9. Martysenko Natalya Stepanovna Marketing research of the dairy products market in Primorsky Krai // API: economics and management [Electronic resource] - Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovye-issledovaniya-rynka-molochnoy-produktsii-primorskogo-kraya> (date of access: 05/27/2022).
  10. Nikolaeva M.A. Market of dairy products: state and development prospects // Food industry. [Electronic resource] - Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-molochnyh-tovarov-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya> (date of access: 05/26/2022).