

М.П. Головка, д-р техн. наук

Л.О. Чуйко, канд. техн. наук

С.В. Сорокіна, канд. техн. наук

В.О. Акмен, ст. викл.

АНАЛІЗ ПЕРЕВАГ ХАРКІВ'ЯН ПІД ЧАС ВИБОРУ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Розглянуто питання ставлення українських споживачів до молочних продуктів. За допомогою анкетування визначено, що до основних критеріїв під час вибору молочних товарів українці відносять їх якість та відсутність ризику захворювання в разі їх споживання.

Рассмотрен вопрос отношения украинских потребителей к молочным продуктам. С помощью анкетирования определено, что основными критериями, при выборе молочных продуктов украинцы считают их качество и отсутствие риска заболевания при их потреблении.

The question of the attitude of the Ukrainian consumers to milk products is considered in the article. By means of the questionnaire it is identified that during the choice of milk products Ukrainians consider their quality and absence of risks of diseases during consumption as basic factors.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Встановлено, що кисломолочні продукти, завдяки вмісту молочної кислоти і вуглекислого газу, мають позитивний вплив на організм людини (збуджують апетит, посилюють перистальтику ШКТ, покращують роботу нирок, передають людині всі харчові елементи молока, містять метіонін, холін, кальцій, мають антибіотичні властивості, вгамовують спрагу тощо). Тому молочні продукти займають традиційно стабільне місце в раціоні харчування кожного українського мешканця, що характеризується високим рівнем їх продажу. Як і всі інші товари, молочні продукти є частиною маркетингу, а тому не дивно, що періодично то один, то інший оголошується «шкідливим», «непереносним», «алергенним» тощо, що безумовно впливає на обсяги їх продажу та на думку споживачів. Ведеться боротьба між виробниками та між технологіями виробництва [1]. Доступність наукової інформації та можливість її швидкого поширення, бажання ЗМІ якнайшвидше сповістити про результати найновіших наукових досліджень суттєво впливають на ставлення споживачів до того чи іншого продукту. І якщо останнім часом з'являлося багато інформації

про різні смаки, зручність пакування, корисні властивості наприклад, кави, то з молочними продуктами справа виглядає інакше. Якість молочного продукту залишається поза зоною уваги. Це може вплинути на харчування молодого покоління, яке за прогнозами все менше споживає молочну продукцію, а, це відображається на їх здоров'ї, адже, кишкові хвороби „молодшають”. Тому нині слід з'ясувати необхідність відновлювання витрат коштів на проведення спеціальних кампаній, що мають на меті популяризувати споживання молока та привернути увагу споживачів до переваг регулярного вживання молочних продуктів. При цьому особливий акцент має наголошуватись на підтримку виробниками показників якості та безпечності. У зв'язку з цим, актуальним є питання про ставлення споживачів різних вікових груп до молочних продуктів та визначення основних переваг, що стимулюють покупців у їх виборі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На молочному ринку існують певні проблеми, які слід розглядати в сукупності та цілком: це і проблеми із збором, доставкою сировини, і проблеми з переробкою і реалізацією молочної продукції. Виробники молочної сировини мають низку своїх невіршених питань, до яких належить: проблеми з якісним генетичним матеріалом, проблеми збалансованого годування і ветеринарних послуг. А все це, в сукупності, і забезпечує рівень розвитку ринку якісної сировини, та, відповідно, і якісної молочної продукції. Імпорт молочної продукції незначний і не впливає суттєво на попит українських споживачів. При цьому, слід відмітити, що виробництво молочних товарів має сезонний характер, тому рівень цін як на молочну сировину, так і на молочні продукти коливається протягом року, що значним чином відображається на попиті та перевагах споживачів [2].

На користь покращення відношення споживачів до молочних продуктів відмітилась низка перспективних напрямів розвитку молочної промисловості України: підвищення якості сировини за рахунок підвищення культури обробки молока (впровадження бактофугірування, мембранної технології, попередньої пастеризації та ін.); вдосконалення якості традиційних молочних продуктів та отримання продуктів із підвищеним терміном зберігання (застосування речовин, що покращують зовнішній вигляд, запах та смак продуктів, використання згущувачів, стабілізаторів, консервантів, антиокисників та ін.); організація випуску продуктів лікувально-профілактичного призначення (збагачення вітамінами Е, біологічно активними добавками, пробіотичними добавками, пребіотиками, харчовими волокнами та ін.); виробництво спеціалізованих молочних

продуктів функціонального харчування малюків, школярів, людей похилого віку та спортсменів (збагачення продуктів гідролізатами казеїну, кальцієм, магнієм, залізом, йодом, селеном, олігосахаридами, таурином, жирними кислотами; створення нових видів молочних продуктів на основі процесів фракціонування та модифікації молочних компонентів з наступним їх комбінуванням між собою або компонентами немолочного походження; розробка більш раціональних технічних прийомів термообробки та гомогенізації молока; вдосконалення методів контролю харчової безпеки молочних продуктів для життя та здоров'я людини [3]. Усі ці покращення напевно вплинули на переваги споживачів на ринку молочних продуктів і визначають напрями боротьби виробників за свого споживача.

За кордоном відмічено більш свідоме відношення населення до вибору молочних товарів, але серед українських споживачів нерідко спостерігається ефект безглуздої упевненості в імені відомих фірм, що робить їх сліпими до якості товарів.

Мета та завдання статті. Метою досліджень було проведення аналізу ставлення споживачів-харків'ян до молочної продукції та визначення їх переваг під час вибору молочної продукції різними верствами населення. Для досягнення поставленої мети було проведено анкетування серед споживачів різних вікових груп.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження проводилося шляхом анкетування серед покупців торговельної мережі «Fozzi» Харків, термін проведення опитування – з 9 по 20 березня 2013 року.

Результати свідчать про те, що харків'яни, в цілому, позитивно сприймають молочні продукти. Так, під час аналізу відповідей на запитання стосовно термінів, які споживач пов'язує із вживанням молочних продуктів (рис.1) встановлено, що майже половина респондентів пов'язує їх зі здоров'ям, у трохи меншій кількості людей (44,3 та 43,3%) ці продукти викликають асоціації зі смаком та голодом.

Також з рис. 1 видно, що майже третина опитаних обрала серед запропонованих характеристик «задоволення», для 21% вживання молочних продуктів є необхідністю. Незначна група респондентів піднімає імідж молочних продуктів до рівня застілля, деяким вони видаються національною кухнею. Варто відзначити, що лише невелика частка респондентів пов'язує ці продукти з негативними характеристиками, такими, як хвороби і ожиріння, але серед населення існує думка про вміст у них консервантів. На непереносність молочних продуктів скаржаться лише 2,9 % респондентів.

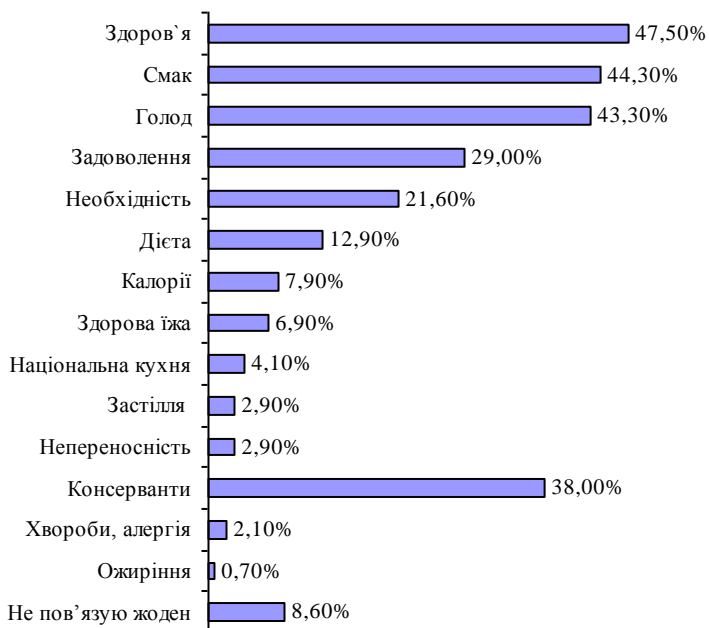


Рисунок 1 – Розподіл відповідей на запитання «Які з указанного переліку слів ви пов'язуєте зі споживанням молочних продуктів?»

Подальші дослідження були спрямовані на визначення чинників, що впливають на вибір споживачів – харків'ян під час купівлі молочних продуктів, результати наведено на рис. 2.

Встановлено, що в першу чергу споживачі звертають увагу на якість, свіжість та ціну продукту, в останню – на країну-виробника, безпечність, марку (рис. 2).

У Харкові 41,2% громадян звертають увагу на ціну, але і для них не останнє значення має свіжість та якість продукту. Для порівняння були взяті дослідження європейських дослідників. Виявилось, що на відміну від наших городян, двоє з п'яти європейців серед головних критеріїв вибору будь-яких продуктів називають якість (42%) та ціну (40%), і тільки для 23% жителів Європи мають значення свіжість/строк їх виготовлення. Отже, європейці прискіпливіше ставляться до того, чи дотримує виробник баланс між якістю та вартістю. Проте на свіжість вони не звертають уваги, оскільки впевнені, що на полицях магазинів відсутні продукти, термін споживання яких закінчився.



Рисунок 2 – Розподіл відповідей на запитання «Що впливає на ваш вибір під час купівлі молочних продуктів?»

Далі було з'ясовано чинники, які впливають на вибір молочних продуктів залежно від віку респондентів, результати наведено на рис. 3.

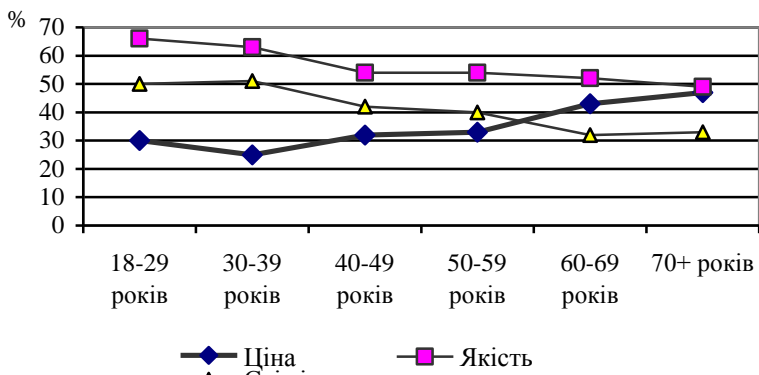


Рисунок 3 – Вплив ціни, якості та свіжості на вибір молочних продуктів залежно від віку респондентів

Дослідження показали, що співвідношення впливу ціни, якості та свіжості при виборі молочних продуктів значно змінюється з віком. При цьому найменшу увагу ціні приділяють люди до сорока років. Для них головний критерій – якість, що в цілому відповідає вибору європейців, старших 20-ти років із закінченою освітою.

З рис. 3 видно, що люди пенсійного віку вже менше звертають увагу на якість і навіть на свіжість – на перший план виходить ціна. Така зміна критеріїв вибору зумовлена тим, що, з одного боку, старші люди більше уваги приділяють плануванню свого бюджету, з іншого – менше сумніваються в якості продукту, який вживають протягом багатьох років. Крім того, молочні продукти є невід’ємною частиною харчового набору саме літніх людей, тому продукт, що вживається частіше, має відповідати критеріям цінової доступності.

Відповідаючи на запитання про ризики, пов’язані з уживанням молочних продуктів, респонденти послідовні (рис. 4).



Рисунок 4 – Розподіл відповідей на запитання «Які з перелічених ризиків чи проблем ви можете пов’язати зі споживанням молочних продуктів?»

Як видно з рис. 4, майже третина з них вважає найсуттєвішим несвіжість продуктів та ймовірність харчового отруєння. Кожен п’ятий визнає можливим ризик споживання молочних продуктів низької

якості. Харків'яни, на відміну від європейців, поки що не дуже переймаються проблемою споживання генетично модифікованих добавок (5,5 проти 12%), проте використання хімічних добавок чи барвників вже викликає занепокоєння майже в кожного третього.

У європейців питання щодо ризиків, з якими асоціюються молочні товари, окрім харчового отруєння, небезпечності токсичних, хімічних речовин і пестицидів у складі продуктів (14%) та ожиріння (18%), інші проблеми, а саме несвіжість, закінчення терміну вживання продуктів, не набули „підтримки” значної кількості респондентів.

Дослідження ризиків від вживання молочних продуктів не можна повністю порівнювати із даними європейських респондентів, проте можна зробити припущення: з одного боку, харків'яни поки що стикаються з проблемами, які європейці в цілому подолали (недостатність санітарного контролю, яким переймаються 3% європейців, проти неналежного зберігання молочних продуктів, що хвилює 12% харків'ян). Низькою якістю продуктів занепокоєні лише 5 відсотків жителів Європи, у той час як 20 відсотків громадян турбує саме ця проблема.

Далі було вивчено реакцію респондентів різних вікових груп на ризики, пов'язані з вживанням молочних продуктів населенням (рис. 5).

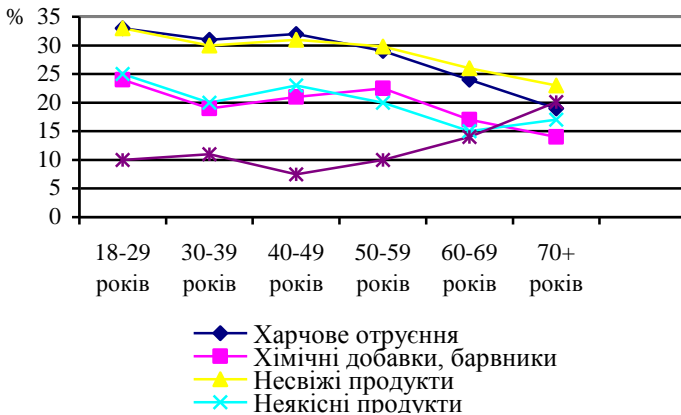


Рисунок 5 – Реакція на деякі ризики, пов'язані з вживанням молочних продуктів харків'янами різних вікових категорій

Аналіз даних наведених рис. 5 свідчить, що тенденції, які спостерігаються у разі вибору продуктів, зберігаються і у разі

визначення ризиків. Харчових отруень та несвіжості продуктів побоюються молодь та люди середнього віку (особливо від 40-49 років), у той час як серед старшої вікової групи – тих, кому за 60, фіксуються збільшення довіри до якості молочних продуктів. Літні споживачі менше бояться харчових отруень, несвіжих чи неякісних продуктів та хімічних добавок (рис. 5).

Крім того, старшим людям важче визначитися з наявністю ризиків вживання молочних продуктів. У цьому випадку харків'яни мало відрізняються від європейців: побоювання харчового отруєння, про яке заявляють 21% жителів Євросоюзу, старших за 15 років, знижується до 12% серед людей яким виповнилось більш як 55 років [32].

Висновки. Таким чином проведені дослідження показали підвищення культури споживання та освідченості харків'ян, що особливо характерно для людей віком до 40 років. При цьому представники цієї вікової групи все більше уваги звертають на якість молочної продукції та відсутність ризиків захворювання у разі їх споживання. Відмічено факт побоювання ризиків пов'язаних із недостатністю санітарного контролю та неналежним зберіганням і менше, у порівнянні з Європейцями, проблемами ожиріння.

Дійсно, не усі властивості молочних продуктів можна помітити відразу, а яскраво оформлені упаковка та відповідне маркування не завжди свідчать про відповідність продукту органолептичним та фізико-хімічним властивостям та показникам безпечності.

Список літератури

1. Лабинов В. В. Ситуация на мировом и украинском рынке молочных продуктов / В. В. Лабинов // Молочна промисловість. – 2008. – № 1. – С. 16–17.
2. Смоляр В. І. Ринок молока та молочних продуктів України 2007 / В. І. Смоляр // Молочна промисловість. – 2012. – № 5. – С. 21–24.
3. Пасичный В. Н. Пищевая ценность молочных продуктов / В. Н. Пасичный // Продукты & ингредиенты. – 2007. – № 7. – С. 34–36.

Отримано 01.11.2013. ХДУХТ, Харків.

© М.П. Головка, Л.О. Чуйко, С.В. Сорокіна, В.О. Акмен, 2013.