

УДК 664.3:339.1

ББК 36-1

М-266

Петрик Оксана Павловна, аспирант кафедры технологии жиров, косметики и экспертизы товаров факультета инженерии, экспертизы и компьютерного моделирования высоких технологий Кубанского государственного технологического университета, 350072, г. Краснодар, ул. Московская, 2, корпус «Г», т: (861) 275-24-93, nojabrja7@yandex.ru;

Дроздов Александр Николаевич, кандидат технических наук, доцент кафедры технологии жиров, косметики и экспертизы товаров факультета инженерии, экспертизы и компьютерного моделирования высоких технологий Кубанского государственного технологического университета, 350072, г. Краснодар, ул. Московская, 2, корпус «Г», т: (861) 275-24-93, a.n.drozdov@mail.ru;

Калманович Светлана Александровна, доктор технических наук, профессор, профессор кафедры технологии жиров, косметики и экспертизы товаров факультета инженерии, экспертизы и компьютерного моделирования высоких технологий Кубанского государственного технологического университета, 350072, г. Краснодар, ул. Московская, 2, корпус «Г», т: (861) 275-24-93, krns@mail.ru;

Брикота Татьяна Борисовна, кандидат технических наук, докторант кафедры технологии жиров, косметики и экспертизы товаров факультета инженерии, экспертизы и компьютерного моделирования высоких технологий Кубанского государственного технологического университета, 350072, г. Краснодар, ул. Московская, 2, корпус «Г», т: (861) 275-24-93, krns@mail.ru.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ СПРЕДОВ (рецензирована)

Цель работы – проведение маркетинговых исследований потребительских предпочтений при выборе (покупке) сливочно-растительных спредов.

Ключевые слова: спреды, потребительские предпочтения, респонденты, одномоментное анкетирование.

Petrik Oksana Pavlovna, post-graduate of the Department of Technology of fats, cosmetics and expertise of the Faculty of Engineering, expertise and computer modeling of high technologies, Kuban State Technological University, 350072, Krasnodar, 2 Moscovskaya St., building "G", tel.: (861) 275-24-93, nojabrja7@yandex.ru;

Drozdov Alexander Nicholaevich, Candidate Of Technical Sciences, assistant professor of the Department of Techno-logy of fats, cosmetics and expertise of the Faculty of Engineering, expertise and computer modeling of high technologies, Kuban State Technological University, 350072, Krasnodar, 2 Moscovskaya St., building "G", tel.: (861) 275-24-93, androzdov@mail.ru

Kalmanovich Svetlana Alexandrovna, Doctor of Technical Sciences, professor, professor of the Department of Technology of fats, cosmetics and expertise of the Faculty of Engineering, expertise and computer modeling of high technologies, Kuban State Technological University, 350072, Krasnodar, 2 Moscovskaya St., building "G", tel.: (8861) 2752493, krns@mail.ru;

Brikota Tatjana Borisovna, Candidate Of Technical Sciences, doctoral student of the Department of Technology of fats, cosmetics and expertise of the Faculty of Engineering, expertise and computer modeling of high technologies, Kuban State Technological University, 350072, Krasnodar, 2 Moscovskaya St., building "G", tel.: (8861) 2752493, krns@mail.ru;

MARKET RESEARCH OF CONSUMERS' PREFERENCES IN CHOOSING SPREADS

The purpose of work is conducting market research of consumers' preferences in the selection (purchase) of cream of vegetable spreads.

Keywords: spreads, consumers' preferences, respondents, one-stage survey.

В современном мире правильный анализ ожидаемого спроса на новый товар играет немаловажную роль. Быстро растущее разнообразие новых продуктов питания не оставляет места для ошибок на стадиях их разработки, производства и реализации.

В связи с этим производителю новой продукции необходимо максимально точно проанализировать и выделить сегмент рынка, на котором эта продукция будет наиболее востребована.

Кроме того, в условиях жёсткой конкуренции производителю необходимо быстро реагировать и не только анализировать, но и предвидеть потребности потребителей. Так, например, в настоящее время для максимального удовлетворения потребностей потребителя необходимо обеспечить, наряду с безопасностью и органолептическими свойствами продукта, его физиологически функциональные свойства.

Изучение спроса потребителей на пищевые продукты имеет важное значение, поскольку позволяет определить потенциальные возможности продукта на рынке, а именно, выявить соотношение между спросом и предложением, определить оптимальный сегмент рынка, ценовую политику и максимальный спрос на продукт. Учитывая это, нами были проведены маркетинговые исследования потребительских предпочтений при выборе (покупке) спредов в торговой сети Краснодарского края.

При проведении маркетинговых исследований использовали такие методы получения информации, как анализ вторичной информации; наблюдения в местах продаж пищевых продуктов; опрос экспертов в области функционального питания; опрос реальных потребителей и потенциальных потребителей путем одномоментного анкетирования.

Количество респондентов при изучении потребительских предпочтений различных групп населения определяли с использованием формулы:

$$n = \frac{t^2 \cdot \sigma \cdot N}{\Delta^2 N + t^2 \cdot \sigma^2},$$

где t – показатель кратности ошибок; σ – показатель вариации; N – численность генеральной совокупности; Δ – размер возможной ошибки.

Распределение опрошенных респондентов по социально-демографическим признакам представлено в таблице 1.

Таблица 1 - Распределение респондентов по социально-демографическим признакам

Социально-демографический признак	Категория	% от числа опрошенных
1	2	3
Пол	мужской	47,3
	женский	52,7
Возраст	молодые люди (17-30 лет)	84,8
	средний (30-45 лет)	7,2
	предпенсионный (45-60 лет)	8,0
Образование	среднее	12,3
	средне специальное	14,1
	неоконченное высшее	65,8
	высшее	7,8
Место проживания	город	78,5
	сельская местность	21,5

В дополнение к вышеперечисленным характеристикам респонденты были взяты из разных сфер деятельности.

На рисунке 1 приведена диаграмма распределения респондентов по сферам деятельности.

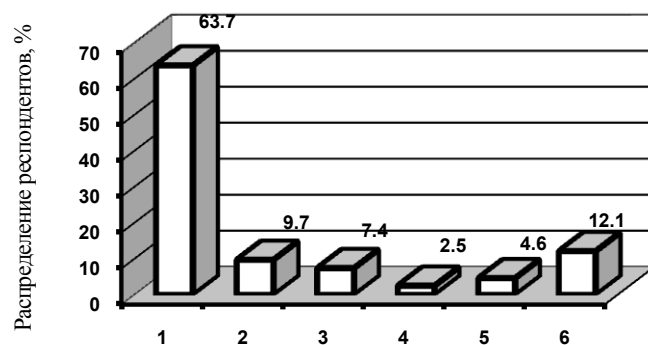


Рис. 1. Диаграмма распределения респондентов по сферам деятельности: 1 – студенты; 2 – работники сферы торговли; 3 – работники сферы образования; 4 – медицинские работники; 5 – не работающие; 6 – другое

Учитывая, что студенты являются наиболее активными потребителями новой продукции, в нашем опросе они составили 63,7% от общего числа респондентов.

Несмотря на то, что спреды появились на российском рынке сравнительно недавно, подавляющее большинство потребителей уже знакомо с новой продукцией, употребляет ее, либо готово употреблять (93,6% опрошенных).

На рисунке 2 представлены данные об определяющих для респондентов показателях при выборе спредов.

Данные, представленные на рисунке 2, свидетельствуют о том, что для большинства респондентов определяющим при выборе спредов является фактор качество продукции, далее следует цена, торговая марка и упаковка.

На рисунке 3 приведены данные, характеризующие информированность респондентов о пользе употребления в рационе питания спредов, обогащенных натуральными функциональными БАД.

Показано, что, несмотря на низкую информированность населения о полезности употребления в пищу спредов с натуральными функциональными добавками, большинство респондентов (71%) считает целесообразным их использование в своем рационе питания, причем подавляющее большинство респондентов (83%) из всего ассортимента спредов предпочитают сливочно-растительные.

Данные по потребительским мотивациям при выборе спредов различной калорийности представлены на рисунке 4.

Как видно из представленных данных, высоким спросом пользуется низко- и высококалорийные спреды, а среднекалорийные являются менее востребованными.

Необходимо подчеркнуть, что 91,8% опрошенных предпочитают спреды отечественного производства, что свидетельствует о высоком потенциале в области развития рынка спредов, обогащенных натуральными функциональными БАД.

Анализ ассортимента и качества спредов, представленных на рынке Краснодарского края, а также неоднократно проводившиеся Роспотребнадзором по Краснодарскому краю смотры качества спредов показали, что около 40% спредов, реализуемых в торговой сети г. Краснодара и Краснодарского края, не соответствуют требованиям Федерального Закона от 12 июня 2008 №88-ФЗ «Технический регламент на молоко и молочную продукцию» [1] и ГОСТ Р 52100-2003 «Спреды и смеси топленые. Общие технические условия» [2] и, как правило, не отличаются высокой пищевой ценностью и стойкостью при хранении. Учитывая это, актуальной проблемой является создание рецептур спредов, обладающих высокой пищевой и физиологической ценностью.

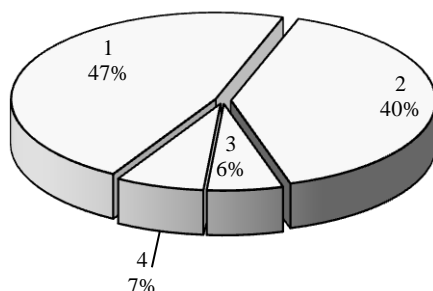


Рис. 2. Оценка наиболее важных для респондентов показателей при покупке спредов:
1 – качество; 2 – цена; 3 – торговая марка; 4 – упаковка; 5 – другие

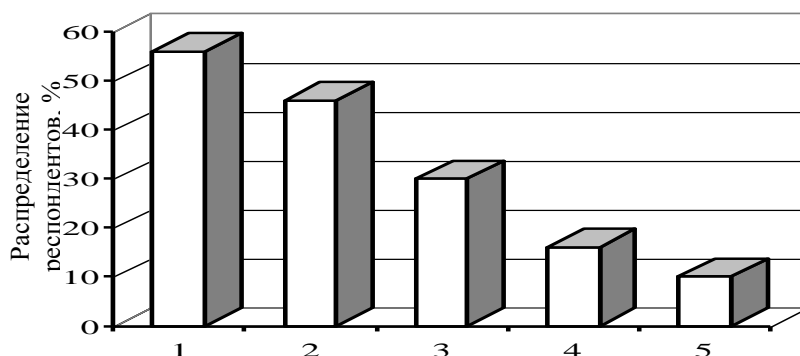


Рис. 3. Диаграмма информированности респондентов о пользе употребления в пищу спредов с натуральными функциональными добавками: 1 – полностью владею информацией; 2 – скорее владею, чем нет; 3 – затрудняюсь сказать о степени своей информированности; 4 – не уверен, что владею информацией; 5 – не информирован

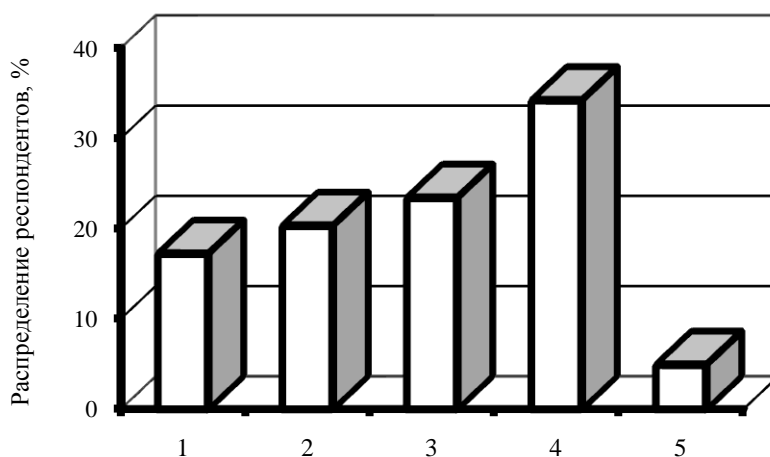


Рис. 4. Потребительские предпочтения при выборе спредов различной калорийности: 1 – низкокалорийные; 2 – высококалорийные; 3 – среднекалорийные; 4 – не имеет значения

Литература:

1. Технический регламент на молоко и молочную продукцию: федеральный закон № 88-ФЗ: принят Гос. Думой 23 мая 2008 г. // Российская федерация. Законы. М.: Маркетинг, 2009.
2. ГОСТ Р 52100-2003. Спреды и смеси топленые. Общие технические условия. М.: Изд-во стандартов, 2003.