

УДК 633.1

***ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА
РЫНКЕ РАСТИТЕЛЬНОГО МАСЛА ГОРОДА КИРОВА***

Жукова Ю.С.

К.э.н., доцент

Вятская государственная сельскохозяйственная академия

Киров, Россия

Маринина А.Ю.

Старший преподаватель

Вятская государственная сельскохозяйственная академия

Киров, Россия

Аннотация

В статье рассматривается исследование потребительских предпочтений на рынке растительного масла города Кирова. Данный рынок находится в ситуации, близкой к насыщению, в результате чего знание предпочтений потребителей является как никогда актуальным. В статье представлены результаты опроса потребителей растительного масла в городе Кирове. Данные результаты позволили сформулировать ряд предложений по расширению спроса на различные виды растительного масла как для производителей, так и для продавцов.

Ключевые слова: растительное масло, потребители, покупательские предпочтения, опрос потребителей, маркетинговые исследования

***RESEARCH OF CONSUMER PREFERENCES IN THE VEGETABLE OIL
MARKET OF THE CITY OF KIROV***

Zhukova Yu. S.

Ph. D., associate Professor

Vyatka state agricultural Academy

Kirov, Russia

Marinina A. Yu.

Senior lecturer

Ph. D., associate Professor

Vyatka state agricultural Academy

Kirov, Russia

Annotation

The article deals with the study of consumer preferences in the vegetable oil market of the city of Kirov. This market is in a situation close to saturation, as a result of which knowledge of consumer preferences is more relevant than ever. The article presents the results of a survey of consumers of vegetable oil in the city of Kirov. These results allowed us to formulate a number of proposals for expanding the demand for various types of vegetable oil for both producers and sellers.

Key words: vegetable oil, consumers, consumer preferences, consumer survey, marketing research

В настоящее время Россия является крупнейшим экспортером и импортером масложировой продукции в связи с наличием емкого внутреннего рынка потребления и растущего производства [1].

Растительное масло, в частности подсолнечное, – традиционный для отечественного рынка продукт. На протяжении двух десятилетий в рекламе и СМИ спрос на него формировался под влиянием следующих факторов: новые ситуации потребления (масло для жарки и масло для салатов), необходимость

потребления растительных жиров и отказ от жиров животного происхождения, снижение уровня холестерина и пропаганда здорового образа жизни.

Первое место по уровню потребления в России традиционно занимает подсолнечное масло, так как подсолнечник произрастает в нашей стране. Далее следует оливковое масло, популяризации которого во многом способствовали реклама и СМИ, и уже после – масла других культур (льняное, кукурузное, кокосовое и другие).

На данный момент тот факт, что уровень потребления растительного масла практически не растет в расчете на душу населения, говорит о близости рынка к насыщению. Прирост идет в основном вследствие подключения нетрадиционных видов масел к рациону россиян, а также благодаря расширению продуктовых линеек (за счет появления ароматизированных масел, смеси масел и соусов на основе масел) [2].

В ситуации, когда рынок близок к насыщению, вопрос изучения потребительских предпочтений является как никогда актуальным. Изучение потребительских предпочтений дает возможность сформировать оптимальный ассортимент предприятиям розничной торговли, а производителям определить направления расширения ассортимента.

Также для выявления угроз и возможностей развития предприятий пищевой промышленности необходима оценка факторов внешней среды, это связано с тем, что рынок продовольственных товаров является одним из наиболее высоко конкурентных [3].

Для изучения спроса потребителей растительного масла Кировской области было проведено соответствующее исследование.

Метод исследования – опрос потребителей с последующей обработкой результатов. Каких-либо серьезных ограничений к профилю респондентов нет – растительное масло является традиционным продуктом питания, его употребляют и мужчины, и женщины, и дети, и взрослые.

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

В результате обработки ответов респондентов (потребителей растительного масла) были получены следующие результаты и сделаны выводы.

Ответы на первый вопрос анкеты позволяют сделать выводы о популярности тех или иных видов растительного масла среди респондентов.

Так, наиболее употребляемым является подсолнечное масло (за него высказалось 65% опрошенных), на втором месте - оливковое масло (22%), льняное масло употребляет только порядка 8% от числа опрошенных, остальные опрошенные (5%) называли другие виды растительного масла (кукурузное, рыжиковое).

При этом необходимо отметить, что в розничных продовольственных магазинах практически всегда представлен огромный ассортимент подсолнечного масла (около 10-12 видов разных производителей), при этом другие виды масла представлены весьма скупо. Так, например, в сети магазинов «Пятерочка» в городе Кирове присутствует один вид кукурузного масла, один вид льняного масла и два вида оливкового масла. Иногда можно наблюдать ситуацию, что кукурузного масла вообще нет в продаже.

При анализе частоты покупки растительного масла самыми популярными ответами оказались «раз в месяц» и «реже 1 раза в месяц», так ответили 44% и 42% респондентов соответственно.

Следующий вопрос в анкете предполагал определение традиционных мест приобретения растительного масла. По результатам анкетирования 94% всех опрошенных предпочитают покупать растительное масло в супермаркетах, 4% потребителей покупают его в магазинах здорового питания, 2% в аптеках.

Четвертый вопрос анкеты звучал так: «В какой упаковке (таре) вы предпочитаете покупать растительное масло?». Были получены следующие ответы: 80% опрошенных предпочитают покупать растительное масло в пластиковых бутылках, 18% - в стеклянных и 2% - на розлив.

На пятый вопрос: «Какой объем растительного масла вы приобретаете за одну покупку?» ответы распределились следующим образом: наиболее популярен вариант ответа «1л», причем так ответило 72% опрошенных, на втором месте - «меньше 1л» (12%), на третьем - «2л» (10%), самым не популярным является ответ «более 2л» (6% от числа опрошенных).

В связи с тем, что в последнее время вырос интерес к здоровому образу жизни, а следовательно и к принципам здорового питания, в процессе опроса был задан вопрос «Можно ли Вас считать приверженцем здорового образа жизни?». Утвердительно и с уверенностью ответили лишь 16% опрошенных (рисунок 1). Но при этом, 28% ответили, что считают себя приверженцами здорового образа жизни лишь частично.

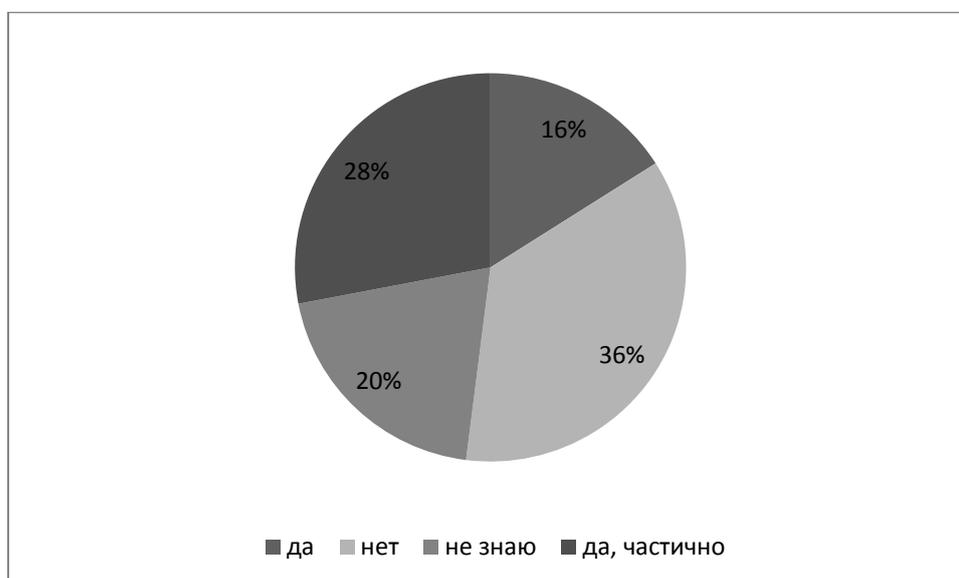


Рисунок 1 - Распределение ответов респондентов на вопрос «Можно ли Вас считать приверженцем здорового образа жизни?»

Важность данного вопроса и ответов на него заключается в том, что в условиях насыщения рынка важным вопросом является расширение спроса покупателей, в том числе на нетрадиционные для рынка ассортиментные единицы.

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

С учетом стремления многих граждан к здоровому питанию производителям необходимо обратить более активное внимание на производство нетрадиционных видов масла, в частности на льняное масло. В связи с этим в ходе опроса был задан ряд вопросов, касающихся льняного масла.

Так, на вопрос «Покупаете ли Вы льняное масло?» только 4% опрошенных ответили «да, регулярно», 18% покупают изредка, 16% покупали один раз, а самым популярным ответом стал «нет, ни разу не покупал и не планирую», так ответили 38% (рисунок 8).

Также было выявлено, что потребители практически не знают наименования производителей льняного масла, 88% опрошенных выбрали вариант ответа «не знаю ни одного производителя». На рисунке 2 показаны ответы на этот вопрос.

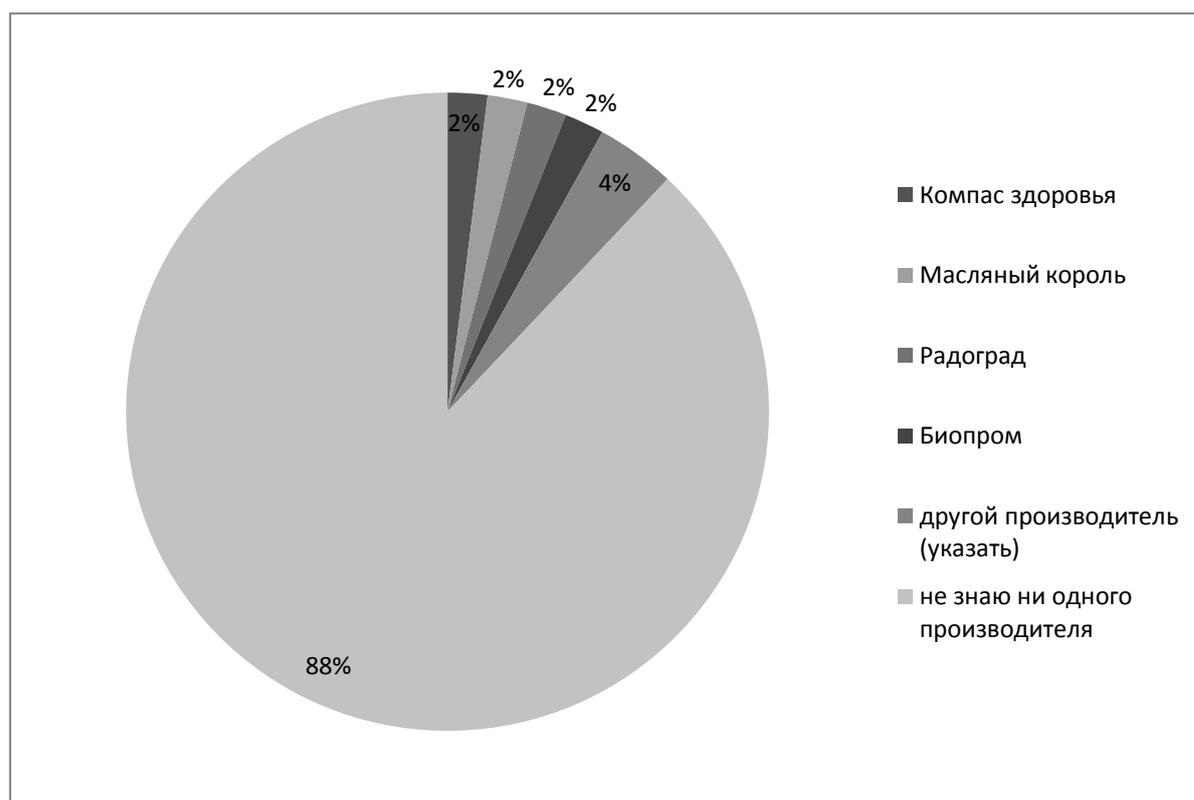


Рисунок 2 - Распределение ответов респондентов на вопрос «Каких производителей льняного масла Вы знаете?»

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

Такие результаты говорят о том, что производители льняного масла должны предпринимать более активные маркетинговые действия в отношении узнаваемости своих торговых марок.

На вопрос «Знаете ли Вы о пользе льняного масла?» больше половины респондентов ответили «нет», но радует тот факт, что при этом 16% от общего числа хотели бы знать эту информацию. Знакомы с такого рода сведениями 44% опрошенных.

Далее был задан вопрос «Если Вы будете знать о полезных свойствах льняного масла, то будете ли Вы его приобретать?», 46% опрошенных затруднились четко ответить на него, 42% сказали «да», и только 12% высказались «нет».

В заключение был задан вопрос «По какой цене за 1 л льняного масла вы готовы его покупать?», основная масса респондентов (44%) не готовы покупать льняное масло дороже 100руб. за 1л, 6% высказались категорично и не купят льняное масло ни при какой цене.

Также по результатам опроса потребителей можно сделать вывод, что на рынке растительного масла льняное масло не является популярным, тем не менее есть потребители, которые регулярно его приобретают. Учитывая сегодняшний тренд на здоровый образ жизни, есть все основания полагать, что спрос на льняное масло будет иметь тенденцию к росту.

В целом, по результатам проведенного исследования потребительских предпочтений можно сделать вывод о том, что покупатели меняют свои привычки и предпочтения, так подсолнечное масло хоть и является наиболее популярным среди всех растительных масел, но некоторые свои позиции уступает нетрадиционным видам таким как льняное и оливковое масло.

Таким образом, вполне можно прогнозировать рост спроса на нетрадиционные виды растительного масла, что связано с трендом на здоровый

образ жизни среди граждан нашей страны. Данный вывод необходимо учитывать как производителям, так и продавцам растительного масла.

Библиографический список:

1. Балашова М.В., Мижужева С.А. Изучение потребительских предпочтений растительного масла на рынке г. Астрахани /М.В. Балашова, С.А. Мижужева //Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. – 2013. - №2. – С. 111-113

2. Обзор российского рынка растительного масла [Электронный ресурс]. - Режим доступа - <https://t-laboratory.ru/2019/04/09/obzor-rossijskogo-gynka-rastitelnogo-masla/>

3.Шиврина Т.Б. Проблемы и факторы, влияющие на эффективность деятельности предприятий пищевой промышленности города Кирова //Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. - №6-1. – С.96-98.

Оригинальность 92%