

Пищевая промышленность
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ
Научная статья
УДК 637.146.2

Исследование потребительских предпочтений на региональном рынке молочной продукции

Валентина Владимировна Жохова, Людмила Федоровна Степулёва

Владивостокский государственный университет, Владивосток, Россия

Аннотация. В Госдуму внесен законопроект, согласно которому федеральные торговые сети в России должны будут выделить не менее 25% своих площадей для продажи молочной и мясной продукции региональных производителей. Изменения позволят расширить возможности сбыта местных продуктов и усилить предпринимательскую активность в регионах. Региональное исследование показало: объем производства молока в Приморском крае уже в 2022 году возросло почти на 13% в сравнении с 2021 годом. ООО «Арсеньевский молочный комбинат» производит свыше 50 видов молочных продуктов и мороженого, которые пользуются активной популярностью в Приморском крае. В современных условиях, когда на рынке молочной продукции предлагается множество однотипных продуктов по одинаковым ценам и качеству, всем организациям следует уделять большое внимание изучению потребительских предпочтений.

В статье представлен анализ потребительских предпочтений в молочной продукции периода 2023 года. Маркетинговое полевое исследование проводилось среди пользователей продукции ООО «Арсеньевский молочный комбинат» Приморского края. Исследование способствовало определению: основного сегмента и портрета потребителей продукции комбината, потребности клиента и его готовности к приобретению молочных продуктов, оптимальной цены товара и выявлению ряда заданных параметров, характеризующих отношение потребителей к товару. Анализ результатов полевого исследования выявил: потребитель молочной продукции, как правило, женского пола, возраста 18-25 лет, со средним доходом до 30 тысяч рублей, городской житель, ежедневно покупающий молочную продукцию и предпочитающий молоко, сметану и йогурт. Две третьих опрошенных отмечают важными показателями – срок годности, цену и вкус, и высоко оценивают качество продукции комбината. Отмечая при этом, что качество анализируемой продукции соответствует ее цене

и они готовы платить за нее до 150 рублей за единицу продукта. При этом подчеркивают, что их не устраивает упаковка продукции и небольшой ассортимент.

Ключевые слова: молочная продукция, региональный рынок, кабинетные исследования и полевые исследования, количественные исследования.

Для цитирования: Жохова В.В., Степулёва Л.Ф. Исследование потребительских предпочтений на региональном рынке молочной продукции // Пищевая промышленность. 2024. №... С...

Автор, ответственный за переписку: Жохова Валентина Владимировна, valentina.zhokhova@gmail.com

Original article

Research of consumer preferences in the regional dairy market

Valentina V. Zhokhova, Lyudmila F. Stepuleva

Vladivostok State University, Russia

Abstract. A bill has been submitted to the State Duma, according to which federal retail chains in Russia will have to allocate at least 25% of their space for the sale of dairy and meat products from regional producers. The changes will expand sales opportunities for local products and strengthen entrepreneurial activity in the regions. A regional study showed that milk production in the Primorsky Territory increased by almost 13% in 2022 compared to 2021. Arsenyevsky Dairy Plant LLC produces over 50 types of dairy products and ice cream, which are actively popular in the Primorsky Territory. In modern conditions, when the dairy market offers a variety of similar products at the same prices and quality, all organizations should pay great attention to the study of consumer preferences.

The article presents an analysis of consumer preferences in dairy products for the period 2023. A marketing field study was conducted among users of the products of Arsenyevsky Dairy Plant LLC in Primorsky Krai. The study helped to determine: the main segment and the portrait of consumers of the plant's products, the customer's needs and willingness to purchase dairy products, the optimal price of the product and the identification of a number of set parameters characterizing the attitude of consumers to the product. The analysis of the results of the field study revealed: the consumer of dairy products, as a rule, is female, aged 18-25 years, with an average income of up to 30 thousand rubles, a city dweller who buys dairy products daily and prefers milk, sour cream and yogurt. Two thirds of the respondents note important indicators – shelf life, price and taste, and highly appreciate the quality of the plant's products. Noting at the same time that the quality of the analyzed products

corresponds to its price and they are ready to pay up to 150 rubles per unit of product for it. At the same time, they emphasize that they are not satisfied with the packaging of products and a small assortment.

Keywords: dairy products, regional market, desk research and field research, quantitative research.

For citation: Zhokhova V.V., Stepuleva L.F. Research of consumer preferences in the regional market of dairy products // Food industry. 2024. No.... С...

The author responsible for the correspondence: Zhokhova Valentina Vladimirovna, valentina.zhokhova@gmail.com

Введение. Российский рынок молочных продуктов является высококонкурентным рынком. Данная продукция обладает высоким потенциалом благодаря популяризации здорового питания. Множество анализируемой продукции предоставляет широкие возможности для проведения маркетинговых исследований.

Согласно статистическим данным Министерства сельского хозяйства и Росстата наибольшую долю рынка молочной продукции занимает цельное молоко, йогурты, сметана, творог и сливки – доля цельного молока на отечественно рынке составляет порядка 84% [1].

При анализе потребительских предпочтений на региональном рынке молочной продукции наиболее важным являются эмпирические исследования, представленные в специализированной и научной литературе, а также опросы организаций, отслеживающих реагирование россиян на качественные характеристики продуктов питания [2].

Актуальностью исследования отмечено: в современных условиях, когда на рынке молочной продукции предлагается множество однотипных продуктов по одинаковым ценам и качеству, организациям следует уделять большое внимание изучению потребительских предпочтений. Данный рыночный показатель является основой для стабильного объема продаж и стратегическим направлением обеспечения успешности организации. Но, в настоящее время, проводится недостаточное количество маркетинговых исследований потребительских предпочтений в молочной продукции Приморского края.

Цель данной работы – исследование потребительских предпочтений в молочной продукции ООО «Арсеньевский молочный комбинат» Приморского края. Для этого в период с сентября по декабрь 2023 года был организован онлайн-опрос потребителей анализируемой продукции возраста 18-60 лет, которые могут являться клиентами комбината и проведен анализ полученного результата.

Предполагаемые гипотезы при исследовании следующие:

– приоритетной целевой аудиторией являются потребители женского пола до 40 лет;

– потребительские предпочтения в молочной продукции в наибольшей степени зависят от качества продукции;

– задачей компании является обеспечение как качества молочной продукции, так и увеличение его ассортимента.

Потребители молочной продукции имеют разные ожидания от продукции, и их выбор основывается на таких показателях как: качество, вкус, цена, упаковка и др. Анализ проведенного количественного исследования позволил обозначить проблемные моменты в работе организации; выявить основные параметры продукции, влияющие на потребность респондентов и разработать направления для улучшения качества молочной продукции.

Использование результатов исследования могут способствовать динамичным изменениям в процессах производства, разработке мер по удержанию клиентов, укреплению позиции на рынке и, главное, выработке конкурентной стратегии для анализируемого комбината.

Методы исследований. Применялись системный подход и метод аналогии; проводились кабинетные и полевые маркетинговые исследования; осуществлялись маркетинговый анализ и статистическая обработка данных.

Результаты исследования и их анализ.

Объем производства молока в Приморском крае в 2022 году увеличился почти на 13% в сравнении с 2021 годом, отмечалось в сообщении пресс-службы аппарата полпреда президента в ДФО [3]. Подчеркнуто: «в 2022 году производство молока в Приморье составит почти 127 тысяч тонн, что позволит насытить рынок качественной молочной продукцией по доступной цене», «рост показателей обусловлен повышением продуктивности коров до 7,2 тысячи литров молока на голову, что выше уровня 2021 года на 2,5% – самый высокий на Дальнем Востоке», «фермерам предоставляется господдержка на техническую модернизацию, возмещение затрат на кормозаготовительное оборудование, гранты на создание ферм» [3].

ООО «Арсеньевский молочный комбинат» был создан в конце 1987 года с целью обеспечения потребностей в молочной продукции городов Приморского края [4]. На данный момент комбинат обновлен и производит свыше 50 видов молочных продуктов и мороженого, которые пользуются популярностью в Приморском и Хабаровском краях. Продукция компании удостоилась более 30 золотых медалей, Гран-При и Лауреатских дипломов на различных выставках и ярмарках в Дальнем Востоке. В 2010 году она получила Золотой приз в категории «Живая продукция» на конкурсе «Бренд Дальнего Востока» за свою реализованную продукцию.

Комбинат оснащен собственной физико-химической лабораторией, которая контролирует качество продукции. На каждом этапе изготовления применяется современное

зарубежное оборудование от признанных производителей, а также используются как обычные, так и передовые методы с применением натуральных компонентов. В настоящий момент молочное производство занимает одно из главных мест среди отраслей пищевой промышленности [5].

Для проведения маркетингового полевого количественного исследования посредством онлайн-опроса была определена генеральная совокупность по данным сайта «Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю» и табличным данным: «Численность населения по полу и возрасту по Приморскому краю на 01.01.2023» [6]. Генеральная совокупность составила 922716 человек возраста 18-60 лет городского населения. Затем рассчитывалась выборка с использованием онлайн-калькулятора «allcalc» – 384 респондентов. Онлайн-опрос проводился с помощью Google Формы. Исследование было направлено на определение сегмента и формирование портрета потребителя молочной продукции компании ООО «Арсеньевский молочный комбинат» Приморского края.

Выявлено, из 386 респондентов, активно потребляющих молочную продукцию, только 69% покупали продукцию ООО «Арсеньевский молочный комбинат». 31% опрошенных потребляют молочную продукцию, но отправляются за покупками к прямым конкурентам комбината. 60% респондентов возраста от 18-25 лет, 19% – возраста от 26-40 лет, 13% – от 40 до 50 лет, 8% – свыше 51 года. 33% респондентов получают менее 30 тысяч рублей; 29% – от 31 до 55 тысяч рублей, только 18% – более 80 тысяч рублей в месяц. Территориальность опрашиваемых: 88% – жители городов Приморья, 8% – не городские жители. Частота покупки молочной продукции – покупают продукцию практически каждый день 42%, каждую неделю покупают – 23%, не более раз в месяц – 24%.

Сегмент потребителя молочной продукции ООО «Арсеньевский молочный комбинат» Приморского края, разработанный в период исследования сентябрь-декабрь 2023 г., это – молодые женщины, возрастная группа которых в диапазоне от 18 до 25 лет, доход не превышает 30 тыс. рублей, являющиеся городскими жителями Приморья, ежедневно покупающие данную продукцию.

Предпочтение в ассортименте молочной продукции представлено на рисунке 1.

Анализ показал, что большая часть (266) респондентов предпочитают молоко. Потребители покупают сметану (204 чел.), йогурт (158 чел.) и творог (146 чел.). Небольшим спросом пользуется сыворотка (28 чел.).

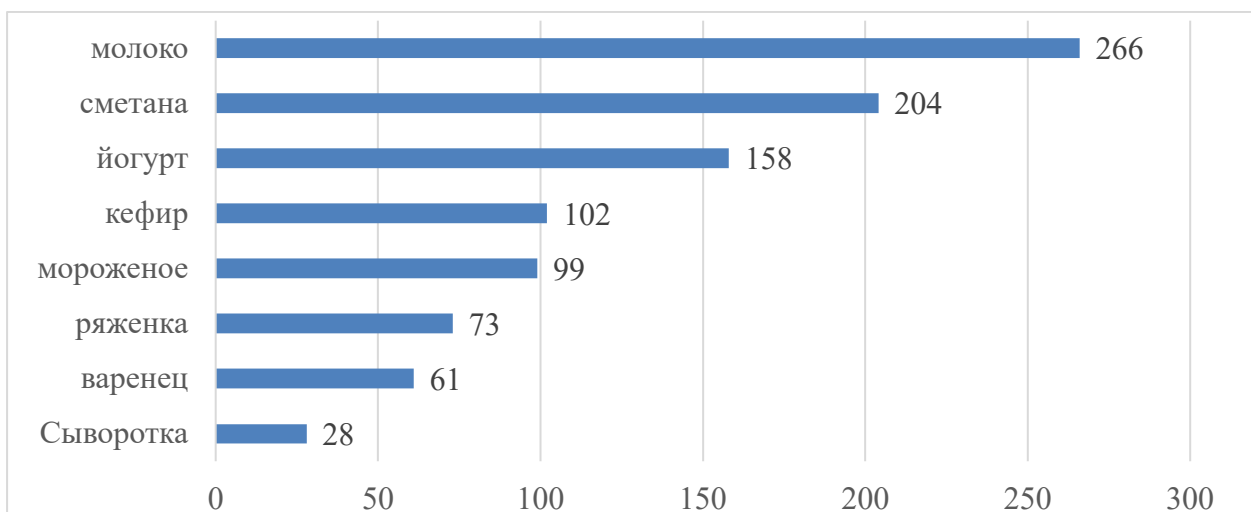


Рис. 1. Предпочитаемая респондентами продукция, чел., 2023

Fig. 1. Respondents' preferred products, people, 2023

Распределение респондентов по факторам, побуждающим выбор молочной продукции представлено на рисунке 2.

Результаты опроса показали, что 279 респондентов считают главным фактором срок годности продукции, в то время 211 предпочитают молочную продукцию из-за ее превосходного вкуса, 204 респондента уделяют внимание выгодной цене товара, в то время как, лишь 15 опрошенных обращают внимание на традиционный вкус молочной продукции.

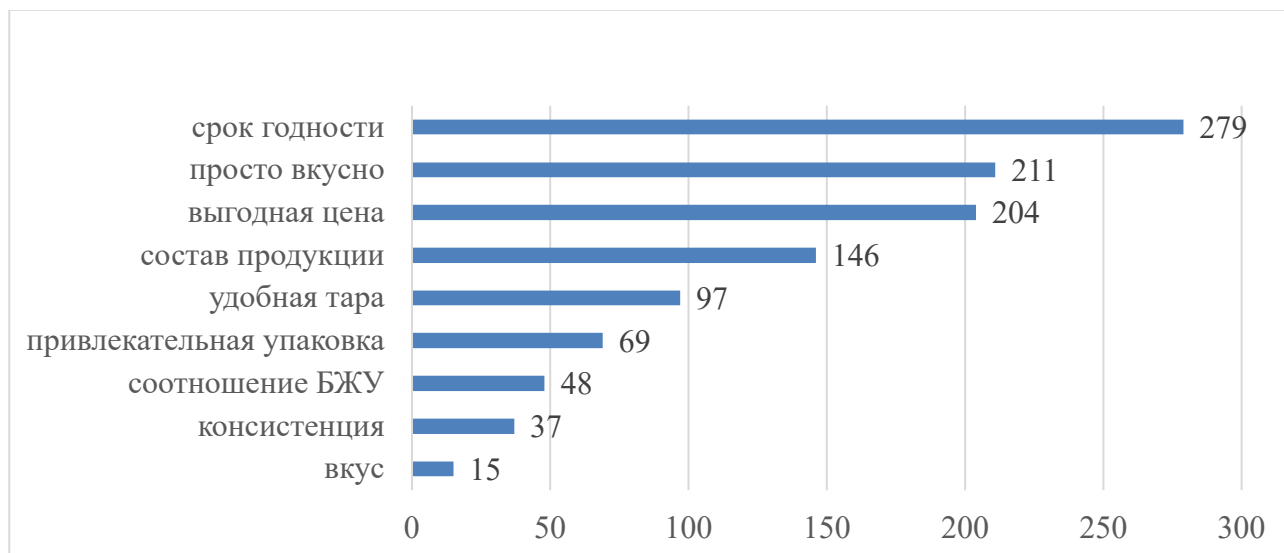


Рис. 2. Факторы, влияющие на выбор молочной продукции, чел., 2023

Fig. 2. Factors influencing the choice of dairy products, people, 2023

Качество молока определяется его пригодностью сырья для производства молочных продуктов. Техническим регламентом Таможенного союза «О безопасности молока и

молочной продукции» (ТР ТС 033/2013) утверждены обязательные требования к молочным продуктам на территории Российской Федерации [7]. К основным физическими характеристикам относятся свежий запах и вкус, светло-белый цвет и однородная консистенция молока. Микробиологическая безопасность играет важную роль, потому что молоко должно быть свободно от патогенных микроорганизмов, бактерий, их спор, вредные вредных химических веществ и нежелательных примесей из окружающей среды животных, где происходит сбор продуктов [7].

По результатам опроса 51% респондентов считают молочную продукцию – высококачественной, оценивая ее в 5 баллов, лишь 2% считают продукцию низкого качества, рисунок 3.

Молоко должно соответствовать микробиологическим и органолептическим требованиям как на стадии производства, так и при готовом продукте. Исследование показывает, что 2/3 респондентов считают анализируемую продукцию комбината соответствующей «качество-цена» с оценкой «5» – 38%, «4» – 37%.

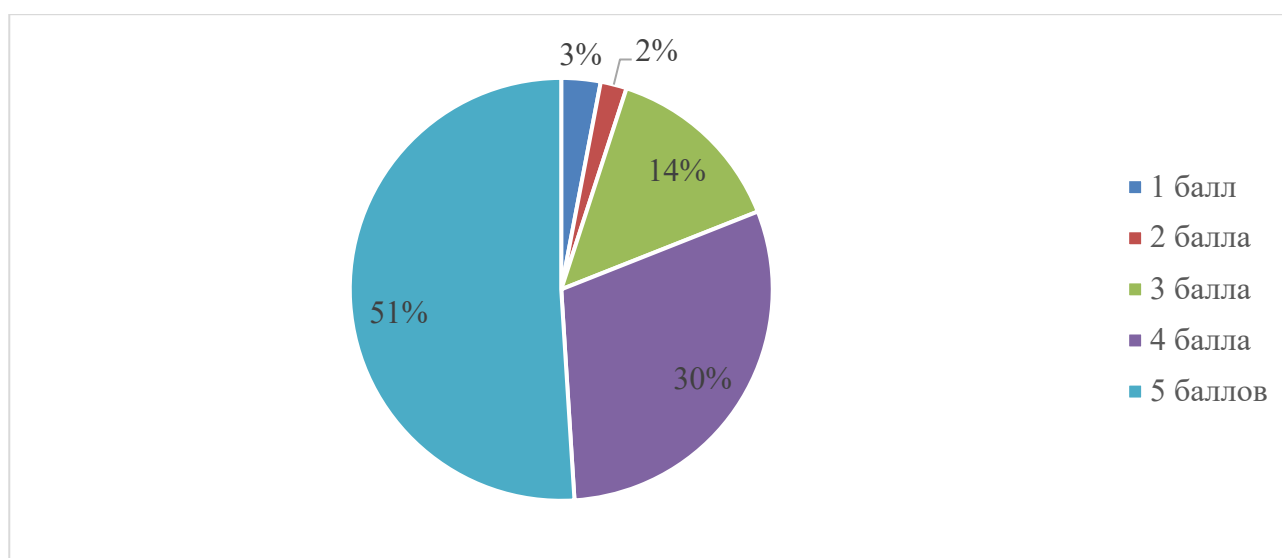


Рис. 3. Распределение респондентов по оценке качества молочной продукции, %, 2023

Fig. 3. Distribution of respondents in assessing the quality of dairy products, %, 2023

При этом потребители выражают недовольство из-за ограниченного ассортимента предлагаемой продукции и ее упаковки. Устраивает молочная продукция ООО «Арсеньевский молочный комбинат» по всем критериям только 1/3 респондентов (120 человек), рисунок 4.

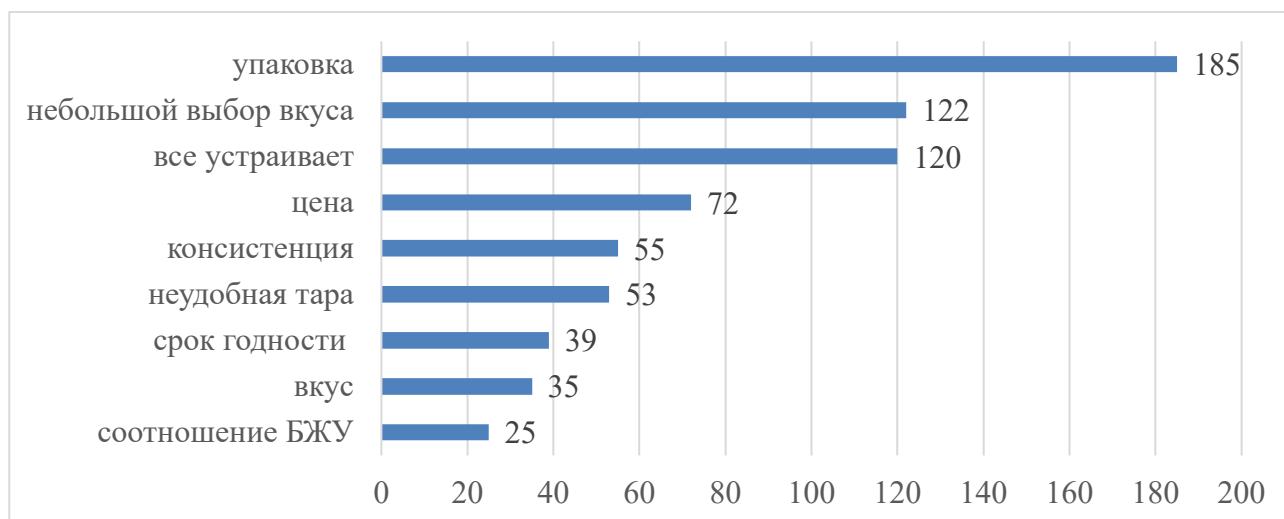


Рис. 4. Факторы неудовлетворенности клиента, чел., 2023

Fig. 4. Factors of customer dissatisfaction, people, 2023

Результаты по удовлетворенности дизайном упаковки для респондентов показали, что респонденты выбирали продукцию по внешнему виду упаковки и только потом оценивали ее вкусовые характеристики.

Большинство участников опроса (75%) высоко оценили упаковку молочной продукции компании «Арсеньевский молочный комбинат» на 4 и 5 баллов, что указывает на их удовлетворенность предлагаемой производителем концепцией упаковки. Четверть опрошенных считают упаковку посредственной, 9% – ею не удовлетворены.

На рисунке 5 изображена диаграмма, отражающая ответы респондентов на вопрос «сколько вы готовы заплатить за единицу продукции компании?». Значительная часть респондентов (43%) – до 150 рублей, 24% опрошенных – не больше 100 рублей, 21% респондентов – до 200 рублей. Только 12% опрошенных готовы оценить высоко молочную продукцию и заплатить – до 250 рублей.

Исследование позволило разработать портрет потенциального потребителя молочной продукции ООО «Арсеньевский молочный комбинат» в Приморском крае. Это молодые женщины от 18 до 25 лет; проживающие в городах региона; с доходом не превышающим 30 тыс. рублей; предпочтения – молоко, сметана и йогурт; покупка – как ежедневная, так и еженедельно. Основные критерии выбора продукции для них – срок годности, цена, вкус и состав. В среднем они готовы потратить до 150 рублей на единицу молочной продукции, но отмечают непривлекательность упаковки и недостаточный ассортимент.

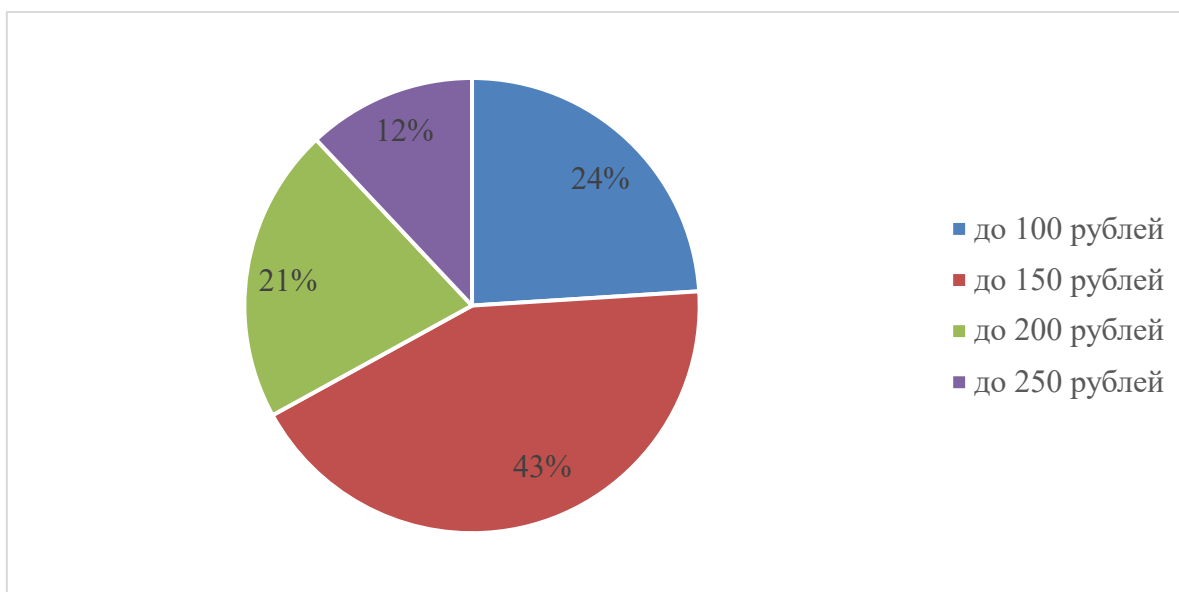


Рис. 5. Средняя цена, которую клиенты готовы заплатить за продукцию организации, руб., 2023

Fig. 5. The average price that customers are willing to pay for the organization's products, rubles, 2023

Заключение.

Сфера молочного производства привлекательна для инвесторов. В настоящее время потребители все больше обращают внимание на свое здоровье и считают молочную продукцию одним из ключевых элементов рациона, где главное значение имеет пищевая ценность. Использование натурального молока ООО «Арсеньевский молочный комбинат» в Приморском крае, не только способствует производству высококачественной продукции, но и поддерживает местных фермеров.

Проведенное исследование молочной продукции комбината в 2023 году являлось необходимым компонентом при изучении потребительского предпочтения. Был разработан сегмент рынка молочной отрасли и представлен портрет потребителей: молодые городские женщины в возрасте от 18 до 25 лет со средним доходом не более 30 тыс. рублей. Предпочтение - молоко, сметана и йогурт. Частота покупки молочной продукции –ежедневная и еженедельная. Основные критерии выбора продукта - срок годности, цена, вкус и его состав. Готовы приобретать молочную продукцию за 150 рублей и выше. При этом подчеркивают непривлекательность упаковки и низкий ассортимент предлагаемой продукции. Предполагаемые гипотезы при исследовании были подтверждены.

Для понимания потребительского предпочтения к молочной продукции ООО «Арсеньевскому молочному комбинату» важно постоянно проводить его исследование.

Анализ полученных результатов поможет комбинату понять взаимосвязь набора данных с другими показателями и открыть важную информацию о том, как улучшить качество молочной продукции.

К мерам повышения качества молочного продукта следует отнести процессы «очистки» молока-сырья - фильтрацию и первичное охлаждение; затем - тепловую обработку, которая обеспечивает не только надежное подавление жизнедеятельности микроорганизмов, но и максимально возможное сохранение исходных свойств молока [8].

В дальнейшем планируется проведение маркетингового качественного полевого исследования посредством глубинного интервью с целью сбора данных об истинных мотивах поведения клиентов изучаемой организации при выборе молочной продукции. Данный метод позволит максимально подробно оценить предпочтения и вкусы, проанализировать сложности целевой аудитории для формирования эффективного процесса разработки или улучшения свойств анализируемых продуктов.

© Жохова В.В., Степулёва Л.Ф., 2024

Список источников

1. Бондаренко В. А., Миргородская О. Н. Предпочтения российских потребителей и маркетинговые усилия на рынке молочной продукции // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 31. – С. 296–300. – URL: <http://e-koncept.ru/2017/970074.htm>
2. Пржедецкая Н.В., Денисов О.Е. Предпочтения потребителей на рынке молочной продукции: обобщение результатов эмпирических исследований // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2021. - № 4 (76). – С. 118-124.
3. Сайт. Сделано в России. Объем производства молока в Приморье за год выросло на 13%. URL: <https://madeinrussia.ru/ru/news/16692>.
4. ООО «Арсеньевский молочный комбинат». Сайт. – URL: <https://fabricators.farmer112.ru/>
5. Заводы РФ. Сайт. Арсеньевский молочный комбинат. – URL: <https://xn--80aegj1b5e.xn--plai/factory/amk-2>
6. Сайт. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю. – URL: <https://25.rosstat.gov.ru/folder/27118>
7. ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции» // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. - URL: <https://docs.cntd.ru/document/499050562>

8. Сайт. Молочный союз Казахстана. – URL: <https://kazsut.com/sposoby-povysheniya-kachestva-moloka-i-molochnyh-produktov/>

References

1. Bondarenko V. A., Mirgorodskaya O. N. Predpochteniya rossijskih potrebitel'ej i marketingovye usiliya na rynke molochnoj produkcii [Preferences of Russian consumers and marketing efforts in the dairy market]. *Nauchno-metodicheskij elektronnyj zhurnal «Koncept» [Scientific and methodological electronic journal "Concept"]*, 2017, 31: 296-300, URL: <http://e-koncept.ru/2017/970074.htm> (In Russ.)
2. Przhedetskaya N.V., Denisov O.E. Predpochteniya potrebitel'ej na rynke molochnoj produkcii: obobshchenie rezul'tatov empiricheskikh issledovanij [Consumer preferences in the dairy market: generalization of empirical research results]. *Vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta (RINH) [Bulletin of the Rostov State University of Economics (RINH)]*, 2021, 4 (76): 118-124.
3. The website. Made in Russia. Milk production in Primorye increased by 13% over the year. URL: <https://madeinrussia.ru/ru/news/16692>.
4. ООО «Арсен'евский молочный комбинат» [Arsenyevsky Dairy Plant LLC], Website, URL: <https://fabricators.farmer112.ru/> (In Russ.)
5. Factories of the Russian Federation. Website. Арсен'евский молочный комбинат [Arseniev Dairy plant], URL: <https://xn--80aegj1b5e.xn--p1ai/factory/amk-2> (In Russ.)
6. The website. The territorial body of the Federal State Statistics Service for the Primorsky Territory. – URL: <https://25.rosstat.gov.ru/folder/27118> (In Russ.)
7. TR CU 033/2013 "On the safety of milk and dairy products". Elektronnyj fond pravovoj i normativno-tekhnicheskoy dokumentacii [Electronic fund of legal and regulatory technical documentation], URL: <https://docs.cntd.ru/document/499050562> (In Russ.)
8. The website. Dairy Union of Kazakhstan. – URL: <https://kazsut.com/sposoby-povysheniya-kachestva-moloka-i-molochnyh-produktov/> (In Russ.)

Информация об авторах

Жохова Валентина Владимировна, канд. экон. наук, valentina.zhokhova@gmail.com

Владивостокский государственный университет

690014, Приморский край, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41

Степулёва Людмила Федоровна, старший преподаватель, lyudmila.stepuleva@vvsu.ru

Владивостокский государственный университет

690014, Приморский край, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41

Information about the authors

Valentina V. Zhokhova, Candidate of Economic Sciences, valentina.zhokhova@gmail.com

Vladivostok State University

41 Gogolya st., Vladivostok, 690014, Russia

Lyudmila F. Stepuleva, Senior Lecturer, lyudmila.stepuleva@vvsu.ru

Vladivostok State University

41 Gogolya st., Vladivostok, 690014, Russia