

**Хомякова Анастасия Михайловна, магистрант,
Пастух Ольга Николаевна, доцент, к.с.-х.н.**
Российский государственный аграрный университет - МСХА
им. К.А. Тимирязева
(Россия, г.Москва)

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА НАПИТКОВ ИЗ МОЛОЧНОЙ СЫВОРОТКИ

Аннотация. Для того чтобы быть готовым к изменениям в требованиях рынка к ассортименту молочных продуктов, необходимо отслеживать тенденции, складывающиеся в системе их потребления. Целью исследований послужил анализ современных тенденций в производстве и потреблении напитков из молочной сыворотки и факторы, влияющие на их формирование.

В статье представлены результаты маркетинговых исследований рынка молочной сыворотки, основанные на анкетных опросах потребителей г.Москва. Среди задач, решаемых в настоящем исследовании, можно выделить такие задачи, как оценка предпочтений торговых марок и вкусо-ароматических добавок, важность для потребителей витаминов и клетчатки в составе продукта.

Ключевые слова: молочная сыворотка, технология, рынок, производство, маркетинг.

**Khomyakova Anastasiya Michailovna, postgraduate,
Pastukh Olga Nikolaevna, docent, Ph.D.**
Russian State Agrarian Academy – MSHA
after K.A.Timiryazev (Russia, Moscow)

THE MARKETING STUDIES OF THE MARKET OF BEVERAGES FROM MILK WHEY

Abstract. In order to be ready for the changes to the market requirements to dairy products assortment the tendencies developed in the system of their consumption should be monitored. The aim of these studies is the analysis of the modern tendencies in the production and consumption of beverages from milk whey and the factors influencing their formation.

The results of the marketing studies of milk whey market based on questionnaire of consumers in Moscow is presented in the article. Among the tasks solving in the present study the evaluation of trade marks preferences and aroma-taste flavorings, the importance for consumers of vitamins and fibers in the product composition are to be defined.

Key words: milk whey, technology, market, production, marketing.

Молочная сыворотка – биологически ценный продукт питания, особенно за счет значительного содержания лактозы. Сывороточные белки являются важным компонентом молочной сыворотки. Они имеют оптимально сбалансированный состав по аминокислотному набору, прежде всего серосодержащих аминокислот – цистина, метеонина, что является хорошим потенциалом для восстановления белков печени, гемоглобина и белков плазмы крови. Стоит отметить особую роль молочного жира – при едва заметном содержании он более диспергирован, чем в цельном молоке. Минеральные соли сыворотки едва ли не такие же, как соли цельного молока и имеют в составе «защитные» комплексы антисклеротического действия [1].

В точки зрения пищевых продуктов непосредственного потребления разумно реализовать бесчисленные рецептуры напитков на основе сыворотки с наполнителями и ароматизаторами [2].

В данной статье в целях выявления потребительских предпочтений в отношении напитков из сыворотки было проведено анкетирование.

Для проведения маркетингового исследования рынка молочной сыворотки была выбрана форма анкетирования, которая является наиболее распространенным способом сбора первичных данных. Это наименее затратный способ получения информации в относительно короткий промежуток времени [3].

При создании анкеты руководствовались общими указаниями по составлению:

1. Определяли объем информации, которую хотим получить при анкетировании.
2. Создали предельно краткую и простую анкету.
3. Вначале составляли макет анкеты, который содержал минимальное количество вопросов, который в последующем был расширен.
4. Расстановка вопросов в анкете составляли определенным образом, чтобы вначале задавались общие вопросы, затем их детализировали [4].

Опрос проводился в октябре 2019 года среди жителей Москвы и МО в возрасте от 18 до 65 лет. Преобладающий возврат потребителей 18-24 (50,5 %), меньше всего 35-44 (9,7 %) (рисунок 1). Всего было опрошено 100 респондента, из которых 59,2 % женщины и 40,8 % мужчины (рисунок 2).

Ваш пол
100 ответов

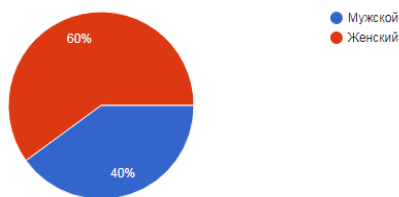


Рисунок 1 – Сегментирование рынка по полу

Ваш возраст
100 ответов

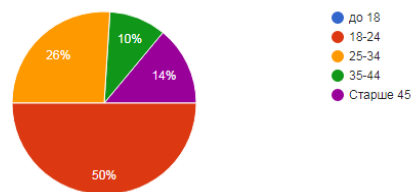


Рисунок 2 – Сегментирование рынка по возрасту

На вопрос: «Покупаете ли вы напитки из сыворотки?» большинство опрошенных покупают, либо хотели бы попробовать напитки из сыворотки (79,6 %) (рисунок 3).

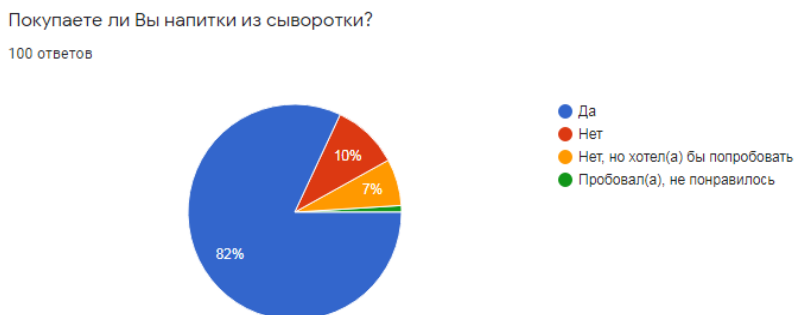


Рисунок 3 – Диаграмма спроса на напитки из сыворотки

Половина респондентов покупают напитки раз в неделю и раз в месяц (22 % и 30 %), 36 % опрошенных покупают напитки реже, либо вовсе не приобретают (21 % и 15 %) (рисунок 4) .



Рисунок 4 – Частота покупки сывороточных напитков

Наибольшей популярностью у потребителей пользуются напитки из сыворотки в упаковке TetraPak, 46 % потребителей обычно покупают напитки в такой упаковке. 40 % предпочитают пластиковые бутылки, что говорит об удобности этих упаковок для потребителя (рисунок 5).



Рисунок 5 – Потребительские предпочтения по упаковке напитков

По виду сывороточных напитков опрос разделился достаточно неравномерно, больше всего спросом пользуются марки Актуаль (42 %) и Мажэтель (50 %). Напитки марки Бодрость никто из потребителей не отметил для себя (рисунок 6).



Рисунок 6 – структура предпочтений потребителей по виду напитков

Приобретать напитки из сыворотки респонденты предпочитают в магазинах шаговой доступности (41 %) и супермаркетах (56,6 %), так же большим спросом пользуются гипермаркеты (27,3 %) и специализированные магазины (32,3 %) (рисунок 7).



Рисунок 7 – места приобретения напитков из сыворотки

Большинство из опрошенных считают напитки из сыворотки полезными (77,8 %), что позволяет употреблять напитки для здорового питания, при занятиях спортом и диетах (рисунок 8).



Рисунок 8 – мнение респондентов о полезных свойствах сыворотки

Более половины опрошенных обращают внимание на дату изготовления напитков (60 %). А вот на состав внимание потребителей обращено не всегда, 40 % обращают каждый раз при покупке, а вот 36 % только иногда (рисунки 9 и 10).

Обращаете ли Вы внимание на дату изготовления?
97 ответов

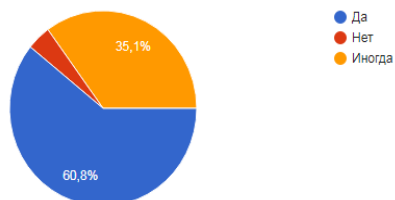


Рисунок 9 – Важность даты изготовления

Обращаете ли Вы внимание на состав?
97 ответов

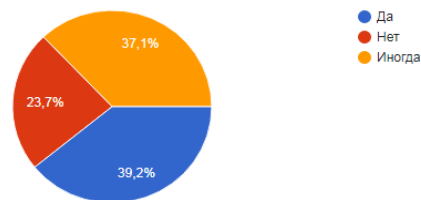


Рисунок 10 – Важность даты изготовления и состава для потребителя

Содержание белка (62 %) и клетчатки (79 %) так же важно для потребителя, что позволяет сделать вывод о том, что выработка обогащенных клетчаткой и белком напитков из сыворотки будет пользоваться спросом у потребителей на рынке (рисунки 11 и 12).

Важно ли для Вас содержание клетчатки растительной в напитках из сыворотки?
97 ответов

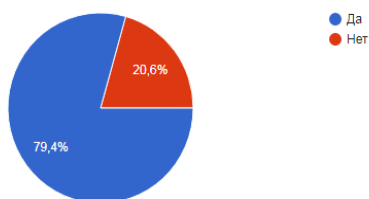


Рисунок 11 – Отношение респондентов к обогащенным напиткам из сыворотки, содержащим растительную клетчатку

Важно ли для Вас содержание белка в напитках из сыворотки?
97 ответов

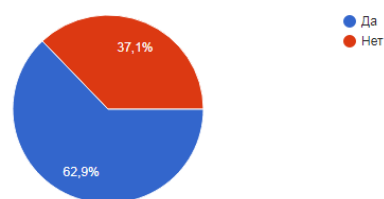


Рисунок 12 – Отношение респондентов к обогащенным напиткам из сыворотки в зависимости от содержания белка

После проведения анкетирования начинается обработка результатов с обобщения данных и расчета средних величин. Целью обработки анкет является определение потребности в товаре в зависимости от его характеристик [5]. Основываясь на полученных анкетах, определили потребность в напитках из сыворотки, подвели итоги и получили общую потребность по выборке [6].

В полученных данных отражены количество респондентов, отвечавших на вопросы, проценты и средняя балльная оценка по каждой характеристике. Количество респондентов, отвечавших на вопросы, было различным. Поскольку респонденты затруднялись в ответах на некоторые вопросы [7], либо не употребляли напитки из сыворотки, и дальнейшее прохождение анкеты было бессмысленным, так как респондент не является ключевым потребителем [8].

Процесс обработки данных был выполнен автоматически, так как исследование будет проводиться повторно. Использование автоматического расчета снизил трудоемкость, время, затраченное на обработку данных, и избавил от рутинного труда [9].

Выводы.

Основная часть потребителей напитков из сыворотки являются женщины от 18-24 лет, со средним достатком.

Потребители отмечают важность функционального направления продукции (повышенное содержание белка и клетчатки).

При выборе напитков из сыворотки основополагающим является цена, а уже потом вкус и качество. Поэтому предприятие нацелено на выпуск своей продукции по оптимальным для потребителя ценам

Несмотря на развитие фермерских хозяйств и небольших перерабатывающих заводов, основная часть потребителей отдает предпочтение покупкам продуктов питания давно известных крупных производителей.

После маркетингового исследования рынка можно сказать, что кисломолочные напитки из сыворотки являются востребованными у потребителей. Потребители хотят видеть на полках магазинов полезные и функциональные продукты питания, которые будут находиться в приятной и удобной упаковке, они следят за датой и составом напитков из сыворотки и за содержанием в них витаминов и белков.

Список литературы

1. Синельников Б.М., Храмцов А.Г., Евдокимов И.А., Рябцев С.А., Серов А.В. Лактоза и ее производные. СПб.: Профессия, 2007. 768 с.
2. Храмцов А.Г., Василюк С.В. Промышленная переработка вторичного молочного сырья. М.: ДеЛи принт, 2003. 100 с.
3. Быкова Н.В., Кисула В.В. Маркетинг: учебное пособие. – Изд. Электрон. Нижний Новгород: НОО "Профессиональная наука", 2018. 294 с.
4. Пиханова С.А., Беленко О.Ф. Маркетинговые исследования. Хабаровск: ХГАЭП, 2012. 174 с.
5. Рольбина Е.С. Маркетинговые исследования, сегментация, позиционирование. Казань: Изд-во КГФЭИ, 2011. 244 с.
6. Тюрин Д. В. Маркетинговые исследования. М.: Издательство Юрайт, 2016. 342 с.
7. Куликова А.В. Маркетинговые исследования. Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского, 2017. 70 с.
8. Власюк Г.В. Маркетинг. Анкетирование. М.: МИИТ, 2009. 22 с.
9. Козлова О.А. Основы маркетинга. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2016. 122 с.