

**УДК 339.133**

**МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МАКАРОННЫХ  
ИЗДЕЛИЙ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ Г. МИЧУРИНСКА**

**Дубовицкая Наталия Александровна,**

обучающаяся 5 курса

Плодоовощного института им. И.В. Мичурина

Мичуринский государственный аграрный университет,

г. Мичуринск, РФ

**Новикова Ирина Михайловна,**

старший преподаватель кафедры технологии

продуктов питания и товароведения,

Мичуринский государственный аграрный университет,

г. Мичуринск, РФ [tditv2012@yandex.ru](mailto:tditv2012@yandex.ru)

**Блинникова Ольга Михайловна,**

зав. кафедрой технологии продуктов питания и товароведения,

Мичуринский государственный аграрный университет,

г. Мичуринск, РФ

[o.blinnikova@yandex.ru](mailto:o.blinnikova@yandex.ru)

Аннотация: в статье рассматривается маркетинговое исследование макаронных изделий на потребительском рынке г. Мичуринска, рассмотрены потребительские предпочтения, объём потребления данного продукта и основные производители.

Ключевые слова: макаронные изделия, спрос, факторы влияющие на спрос макаронных изделий у покупателей.

Макаронные изделия - это продукт, занимающий одно из первых мест в рационе многих россиян, так как имеют не только хорошие вкусовые свойства, но и высокую питательную и пищевую ценность. Они средне

калорийны, но и содержат достаточное количество белков. Вдобавок они богаты витаминами группы В, снижающим усталость [1-6].

Быстрота приготовления и относительная дешевизна - дополнительные факторы, обеспечивающие востребованность макарон на потребительском рынке.

С целью описания ситуации на рынке макаронных изделий г. Мичуринска было проведено маркетинговое исследование. Для сбора данных применялся метод опроса, было опрошено 100 респондентов различного возраста, из которых основная часть - женского пола [6-11].

Результаты исследования говорят о высокой вовлеченности жителей города в покупку макаронных изделий - 95% опрошенных, покупали упакованные или весовые макаронные изделия в течение последнего месяца хотя бы однажды. Покупатели отдают предпочтение развесным макаронным изделиям («Лимак», «Экстра М»), отмечая сравнительно недорогую цену, про качество не упоминая. Кроме того, анализ структуры покупателей макаронных изделий показывает, что доля тех, кто покупает только весовую продукцию составляет 57%, тогда как только «фасовку» берут 18% покупателей макаронных изделий (то есть в 3 раза меньше), и на вес, и фасованные макаронные изделия - 25% ( рисунок 1).

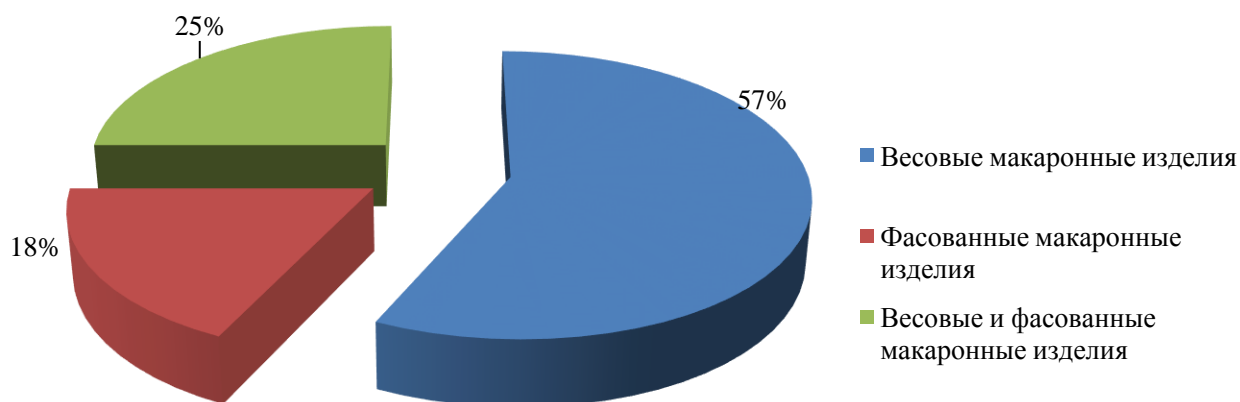


Рисунок 1 - Структура покупателей макаронных изделий по предпочтениям фасованной и весовой продукции

Согласно результатам частоты покупок макаронных изделий 26% опрошенных берут макароны каждую неделю и чаще, большинство покупателей приобретают макаронные изделия со средней интенсивностью два-три раза в месяц, четверть покупателей - можно назвать малоактивными - они приобретают макаронные изделия не чаще одного раза в месяц.

В процессе покупки потребители, прежде всего, обращают внимание на его цену, качество, вид/форму макаронных изделий, марку/ производителя (рисунок 2).

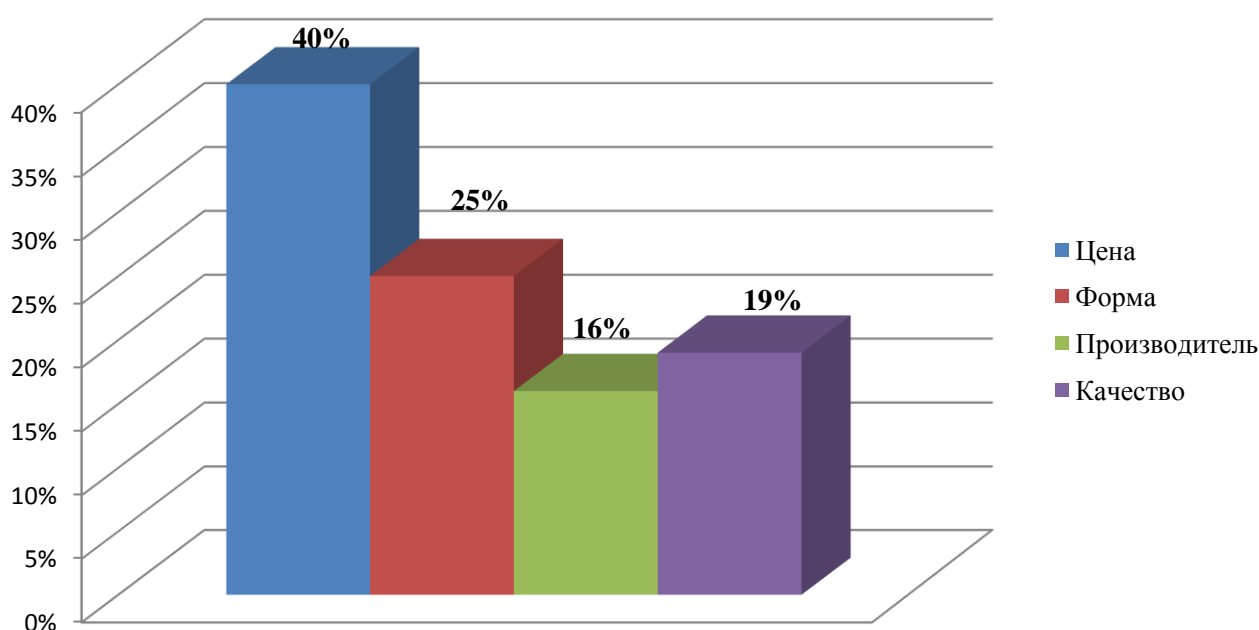


Рисунок 2 - Выявление факторов, влияющих на спрос макаронных изделий у покупателей

Такой результат связан с тем, что, принявшие в опросе люди имеют невысокий доход, выбирают то, что подешевле. Как показывают результаты исследования, 16% опрошенных покупателей обращают внимание на марку макаронных изделий, изготовителя данного продукта.

Так же наблюдаются высокие объемы потребления изделий «Лимак» (ОАО «Липецкхлебмакаронпром») - 29%, «Шебекинские» (ОАО «Макаронно-кондитерское производство») - 15%, «МаКфа» (ОАО «Макфа») - 16%,

«Экстра М» (ОАО «Экстра М») - 19%, «СОЮЗ пищепром» (ОАО «КХП им. Григоровича») - 14 %, доля импортных макаронных изделий в общем объеме потребления составляет - 7% (рисунок 3).

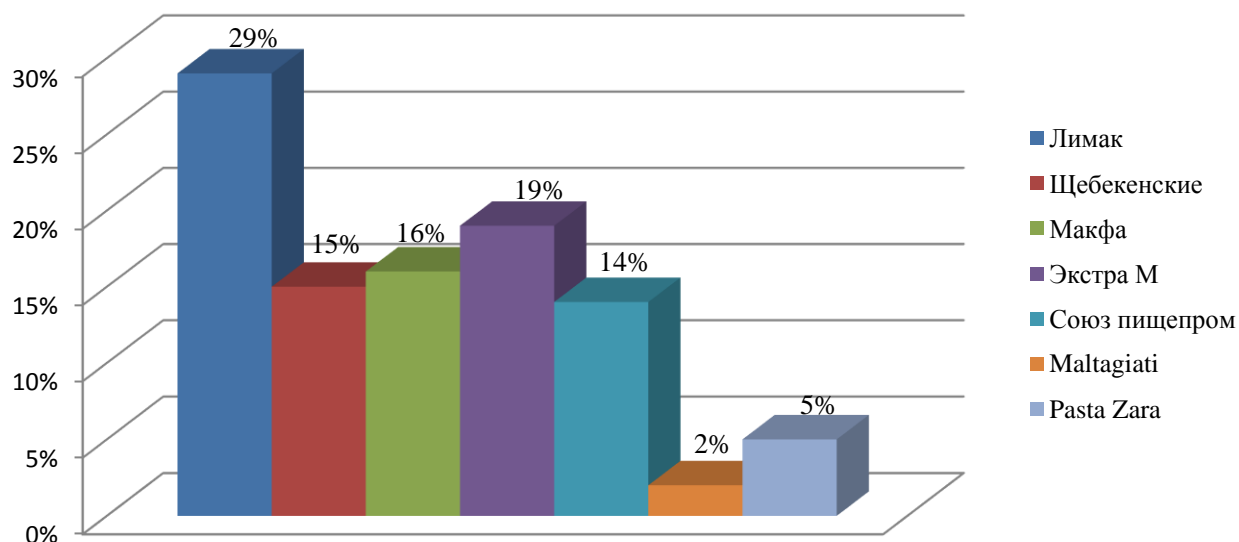


Рисунок 3 – Анализ потребительских предпочтений среди производителей макаронных изделий

По данным диаграммы наибольший объем потребления составляют макаронные изделия торговых марок «Лимак», «Экстра М», а также хорошие позиции имеют торговые марки «Макфа», «Щебекинские», «СОЮЗ пищепром», их ассортимент широк и разнообразен. Макаaronным изделиям импортного производителя («Maltagliati», «PastaZara») отдают предпочтения 7% опрошенных людей - это связано с высокой ценой. Ассортимент на потребительском рынке в г. Мичуринске представлен в таблице 1.

Потребительский рынок предлагает макаронные изделия 12 торговых марок: «Знатные», ОАО «Саратовская макаронная фабрика», «Ве-рола», «Щебекинские», «Лимак», «Экстра М», «Колосс», «СОЮЗ пищепром», «МаКфа», «Maltagliati», «PastaZara» «GranddiPasta». Из них 80% макаронных изделий расфасованы предприятием - изготовителем, 20% весовых.

Ассортимент макаронных изделий на потребительском рынке более широк за счет разнообразия форм, видов, размеров поперечного сечения, длины, сорта применяемой исходной муки. Цены в магазинах города на макаронные изделия аналогичные ценам на потребительском рынке с

небольшим отклонением  $\pm 1 - 2$  рубля.

Таблица 1 - Ассортимент макаронных изделий на потребительском рынке г. Мичуринск

Наименование продукции	Торговая марка, изготовитель (импортер)	Группа, сорт	ГОСТ (ТУ)	Упаковка, масса в кг.
Спагетти (длинная вермишель)	«Знатные», ОАО «Экстра М»	А, высший сорт	ГОСТ Р 51865	лакированный целлофан, 450г
	«Maltagliati», ЗАО «Инфо-Линк»	А, высший сорт	ГОСТ Р 51865	лакированный целлофан, 500г
	«Шебекинские», ОАО «Макаронно-кондитерское производство»	А, высший сорт	ГОСТ Р 51865	лакированный целлофан, 450г
Рожки, перья	«Шебекинские», ОАО «Макаронно-кондитерское производство»	А, высший сорт	ГОСТ Р 51865	лакированный целлофан, 450г
	«Maltagliati», ЗАО «Инфо-Линк»	А, высший сорт	ГОСТ Р 51865	лакированный целлофан, 500г
	«Лимак», ОАО «Хлебмакаронпром»	В, 1 сорт	ГОСТ Р 51865	1 кг, магазинная расфасовка в полиэтиленовые пакеты
Ракушки, гребешки, спиральки	«Экстра М», ОАО Экстра М»	В, высший сорт	ГОСТ Р 51865	лакированный целлофан, 400г
	«Лимак», ОАО «Хлебмакаронпром»	В, 1 сорт	ГОСТ Р 51865	1 кг, магазинная расфасовка в полиэтиленовые пакеты
Паутинка	«МАКФА», ОАО «Макфа»	А, высший сорт	ГОСТ Р 51865	лакированный целлофан, 500г
	«СОЮЗ пищевой», ОАО	В, высший сорт	ГОСТ Р 51865	1 кг, полиэтилен-

Условия реализации в торговых точка на потребительском рынке находится на достаточно высоком уровне. Соблюдаются правила товарного соседства, но обозримость товара недостаточная, наблюдается теснота выкладки товаров, недостаточно места для их хранения. Необходимы пути

решения этой проблемы. Например, образцы макаронных изделий можно показывать во вращающихся витринах - горках. Покупатель может самостоятельно выбирать товар при непосредственном их вращении.

Проведенное маркетинговое исследование продовольственного рынка г. Мичуринск выявило достаточно широкий ассортимент макаронных изделий. В целом, данный сегмент рынка насыщен и может удовлетворить любые потребности покупателя, однако в продаже недостаточно изделий группы Б. Ассортимент данной продукции представлен отечественными торговыми марками - «Макфа», «Шебекинские», «СОЮЗ пищепром», «Экстра М» и зарубежными - «PastaZara», «Maltagliati».

Спрос на макаронные изделия достаточно стабилен, однако на отечественную продукцию выше, что объясняется более низкой ценой. Для повышения рыночной доли в рамках зерномучных товаров необходимо расширить предоставленный ассортимент макаронных изделий за счет завоза новых видов (например, макаронные изделия с овощными добавками).

В существующих рыночных условиях именно от товароведа-эксперта будет зависеть обеспечение надлежащего качественного контроля за поступающей в торговые организации продукцией и строгого выполнения всех предусмотренных нормативными документами правил торговли.

#### Список литературы:

1. Блинникова О.М. Товароведная оценка плодов рябины обыкновенной как источника ценных микронутриентов при производстве продуктов функционального назначения / О.М. Блинникова // Вестник МичГАУ. – 2013. - № 1. – С. 89-93.
2. Елисеева Л.Г. Комплексная оценка потребительских свойств селекционных сортов рябины обыкновенной / Л.Г. Елисеева, О.М. Блинникова // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. – 2012. - № 3 (14). – С. 69-76.

3. Елисеева Л.Г. Комплексная оценка потребительских характеристик ягод земляники садовой, выращенной в условиях ЦЧР / Л.Г.Елисеева, О.М. Блинникова, Е.Л. Пехташева // Товаровед продовольственных товаров. – 2011. - № 11. – С. 31 – 36.

4. Елисеева Л.Г. Комплексная товароведная оценка плодов жимолости съедобной, выращенной в Центральном регионе РФ / Л.Г.Елисеева, О.М. Блинникова // Товаровед продовольственных товаров. – 2011. - № 3. – С. 11 – 17.

5. Каранян И.К. Фальсификация вареных колбасных изделий реализуемых на современном потребительском рынке / И.К. Каранян // Сборник научных трудов, посвященных 85-летию Мичуринского государственного аграрного университета. Сб .науч. статей в 4-х томах. Под редакцией В.А. Бабушкина. – Мичуринск, 2016. – С. 309-314.

6. Перфилова О.В. Новые технологии продуктов для здорового питания населения Тамбовской области / О.В. Перфилова, В.А. Бабушкин // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. - 2017. - № 4. - С. 51-55.

7. Сухарева Т.Н. Высокобелковые ингредиенты в стабилизации хлебопекарных свойств муки / Т.Н. Сухарева, И.В. Сергиенко, С.Г. Селянинов // Сборник научных статей по материалам научно-практической конференции «Приоритетные направления развития пищевой индустрии» (Ставрополь, 25-26 января 2016 г.). – Ставрополь, 2016. – С. 525-528.

8. Улучшение качества традиционных продуктов питания / О.В. Перфилова, В.А. Бабушкин, О.Г. Власова, А.А. Зеленская, Д.Н. Немытова // Сб.: Импортзамещающие технологии и оборудование для глубокой комплексной переработки сельскохозяйственного сырья: материалы I Всероссийской конференции с международным участием, 2019. - С. 352-357.

9. Управление качеством пищевых функциональных ингредиентов: монография / Л.Г. Елисеева, А.В. Рыжакова, И.А. Махотина, О.М. Блинникова, Ю.Д. Белкин, О.В. Юрина. – М.: Издательство «Палеотип»,

2013. – 212 с.

10. Krasnikova E.S. The influence of composite flour mixtures on *saccharomyces cerevisiae* biotechnological properties and bread quality / E.S. Krasnikova, A.V. Krasnikov, V.A. Babushkin // В сборнике: IOP Conference Series: Earth and Environmental Science conference proceedings. Krasnoyarsk Science and Technology City Hall of the Russian Union of Scientific and Engineering Associations. - 2020. - С. 22008.

11. Mathematical planning when choosing rational dosages of ingredients for adjusting the composition of bakery products / T.N. Sukhareva, I.V. Sergienko, A.E. Kutsova, A. Ratushny / International Journal of Engineering and Advanced Technology. - 2019. - Т. 8. - № 6. - С. 4562-4565.



**THE MARKETING RESEARCH OF PASTA PRODUCTS ON THE  
CONSUMER MARKET IN MICHURINSK**

**Dubovitskaya Natalia Aleksandrovna,**

5 year student of the  
Fruit and Vegetable Institute named after I.V. Michurin  
Michurinsk State Agrarian University,  
Michurinsk, RF

**Novikova Irina Mikhailovna,**

Senior Lecturer of the Department of Food Technology and Commodity,  
Michurinsk State Agrarian University,  
Michurinsk, RF  
tditv2012@yandex.ru

**Blinnikova Olga Mikhailovna,**

Head of the Department of Food Technology and Commodity  
Michurinsk State Agrarian University,  
Michurinsk, RF  
o.blinnikova@yandex.ru

**Annotation:** The article discusses marketing research of pasta products in the consumer market of Michurinsk, the consumer preferences, the volume of consumption of this product and the main manufacturers.

**Keywords:** pasta, demand, factors influencing on the demand of pasta in customers