

УДК 664.8

## ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК ТОМАТНОГО СОКА

**Александр Юрьевич Козловцев**

магистр

**Татьяна Сергеевна Обьедкова**

студент

**Наталья Сергеевна Мещерякова**

студент

**Анна Ивановна Харченко**

студент

**Алла Андреевна Потапова**

кандидат технических наук, доцент

allusi4ek@mail.ru

Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Россия

**Аннотация.** Томаты популярная овощная культура, которая обладает ценными питательными свойствами. Повышение качества овощной продукции и снижение ее себестоимости являются необходимыми для развития промышленной переработки томатов. В статье проведено социологическое исследование реализации томатного сока на потребительском рынке.

**Ключевые слова:** томат, сок, опрос, показатели.

Овощи богаты биологически активными веществами, которые необходимы для полноценного питания человека [4,5].

В томатах содержится приблизительно 25 мг % витамин С, 1 мг % каротина, витамины группы В, фолиевая, яблочная, лимонная, янтарная и щавелевая кислоты и до 5% углеводов, а также минеральные вещества, пектины [3,4,6].

Интерес представляет сок, полученный из томатов, который нормализует работу пищеварительной системы и способствует улучшению сердечной функции [1,2,7].

Нами были проведены маркетинговые исследования потребительского рынка г. Мичуринска по реализации томатного сока. Доля его в общем объеме соковой продукции составляет 7%, больше всего реализуется яблочный сок – 32%, меньше – ананасовый и манго – 11% и мультифруктовый – 12% (рисунок 1).

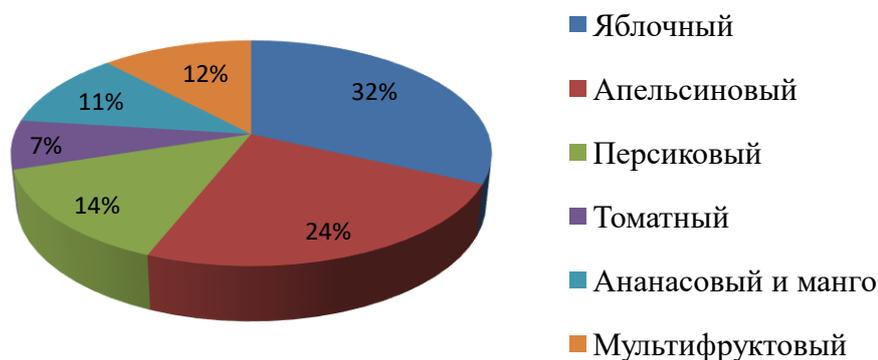


Рисунок 1 - Доля томатного сока в общем объеме соковой продукции

Результаты исследований потребительского рынка показали, что основными торговыми марками томатного сока являются «Фруктовый сад» и «Добрый». Такие марки как, «Любимый», «Мой» и «Сады Придонья» составляют 14%, 11% и 9% соответственно. Наименьшую долю составили соки «J7», «Дары Кубани», «Я» и «Моя семья», которые составляют меньше 6%.

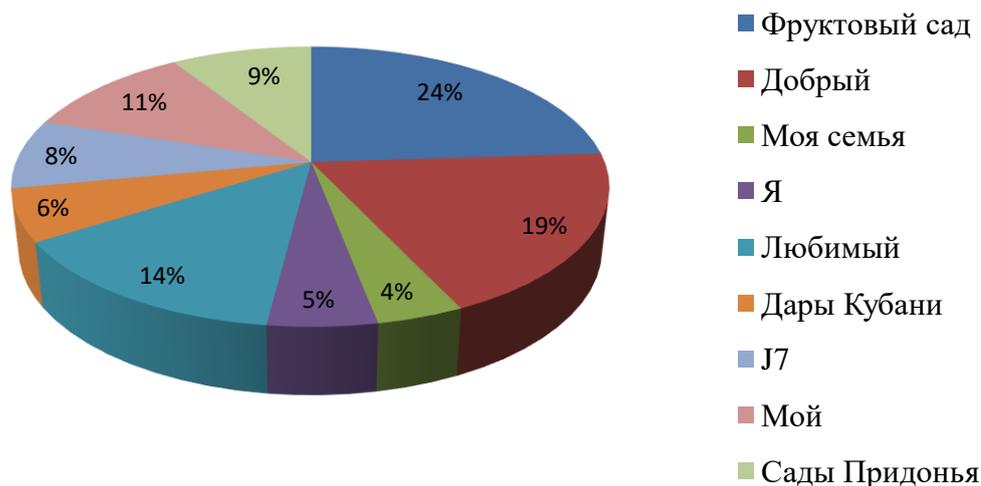


Рисунок 2–Реализуемые торговые марки томатного сока

Далее исследования проводились среди городского населения, в результате были опрошены 100 человек. Цель социологического опроса - исследование потребительских предпочтений, выявление рейтинга популярности марок сока, ориентации потребителей к их количеству, цене и качеству.

Результаты предпочтения потребителей к различным видам сока показывают, что 32% опрошенных респондентов предпочитают мультифруктовый сок, 26% - яблочный. Наименьший процент респондентов предпочитают томатный сок- 7% (рисунок 3).

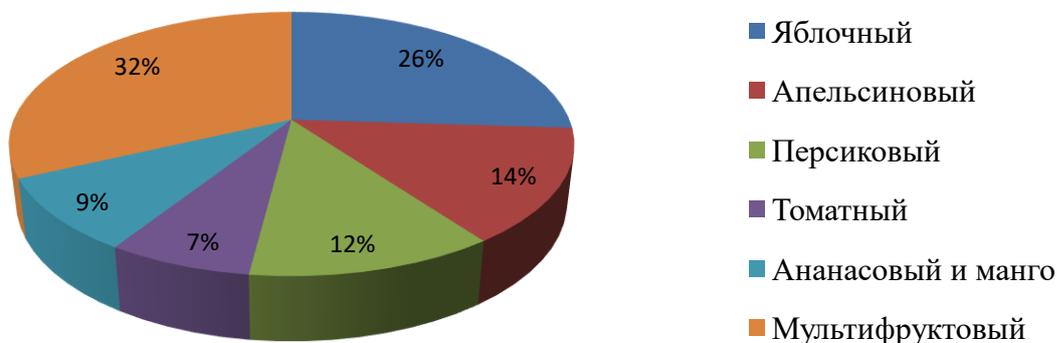


Рисунок 3– Предпочтения по видам сока

Проанализировав предпочтения потребителей к различным производителям томатных соков, мы пришли к выводу, что наибольшим спросом пользуются соки под марками «Фруктовый сад»- 26% и «Я»- 19%, а наименьшим- «Любимый» 3%.

Большинство опрошенных (67,8%) предпочитают сок российских производителей, для 32,2% респондентов производитель значения не имеет.

Результаты исследований по потребительским предпочтениям при выборе сока показывают, что 39,2% респондентов считают его цену, для 29,2% - это качество продукта, для 15,0% респондентов – это полезные свойства продукта и для 12,8% - доверие к производителю. Менее значимыми для опрошенных респондентов является упаковка- 2,7% и другие факторы - 1,1% (рисунок 4). Из этого следует, что потребитель часто больше внимания уделяет цене продукта, а не его качеству.

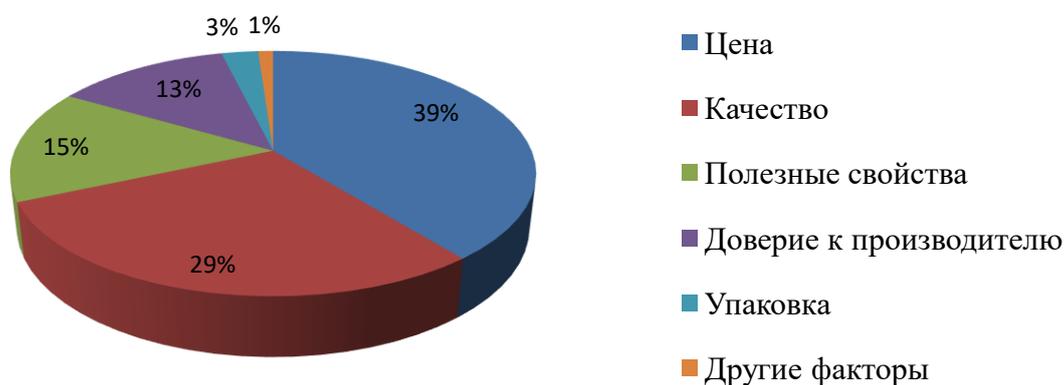


Рисунок 4 - Потребительские предпочтения при выборе сока

Проведенные исследования реализации томатного сока на потребительском рынке г. Мичуринска говорят о том, что ассортимент представленной продукции практически полностью удовлетворяет потребности потребителей.

### Список литературы:

1. Батуров А.В., Черешнева К.Ю., Потапова А.А. Изучение спроса на томатные кетчупы, реализуемые на потребительском рынке г. Мичуринска // Наука и Образование. 2023. Т.6 № 2.
2. Медеяева А. Ю., Трунов Ю.В. Качественная оценка сортамента томатов для создания продуктов питания функционального назначения // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. 2022. № 3(70). С. 12-17. EDN KXUDFR.
3. Оценка качества томатных кетчупов / А.В. Батуров, Д.Р. Иноземцев, К.Ю. Черешнева, А.А. Потапова // Наука и образование. 2023. Т.6 № 4.
4. Потапова А.А., Перфилова О.В. Оценка качества вишневых нектаров, реализуемых в условиях современного рынка // Наука и Образование. 2020. Т. 3. № 2.
5. Потапова А. А. Потребительские свойства мелкоплодных томатов и расширение ассортимента Отечественной консервированной продукции // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. 2016. № 3. С. 91-97. EDN WYVTOJ.
6. Потапова А. А. Оценка потребительских свойств мелкоплодных сортов перца // Новые технологии. 2018. № 4. С. 68-73. EDN VUSIAW.
7. Технология производства смузи для здорового питания / Е. И. Попова, К. В. Брыксина, В. Ю. Утешев [и др.] // Технологии и продукты здорового питания: Сборник статей XII Национальной научно-практической конференции с международным участием, Саратов, 17–18 декабря 2020 года / Под общей редакцией Н.В. Неповинных, О.М. Поповой, Е.В. Фатьянова. Саратов: Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова, 2021. С. 568-571. EDN UFUSMY.

UDC 664.8

## THE CONSUMER MARKET OF TOMATO JUICE

**Alexandr Y. Kozlovtssev**

student

**Tatyana S. Obedkova**

student

**Natalia S. Meshcheryakova**

student

**Anna I. Kharchenko**

student

**Alla A. Potapova**

candidate of technical sciences, associate professor

Michurinsk State Agrarian University

Michurinsk, Russia

**Annotation.** Tomatoes are considered one of the most popular vegetable crops with valuable nutritional properties. High-quality vegetable products are not only food, but also necessary to strengthen the vitality and stability of the human body. In this regard, improving the quality of vegetable products and reducing its cost are necessary for the development of industrial processing of tomatoes. The article examines the demand for tomato juice sold on the Michurinsk market. The paper presents sociological research on market research.

**Keywords:** tomato, juice, survey, indicators.

Статья поступила в редакцию 20.09.2024; одобрена после рецензирования 20.10.2024; принята к публикации 30.10.2024.

The article was submitted 20.09.2024; approved after reviewing 20.10.2024; accepted for publication 30.10.2024.