

УДК 663.4:338.439.5

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ ПИВА

Иванов Владимир Сергеевич

обучающийся

Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Россия

Блинникова Ольга Михайловна

кандидат технических наук, заведующий кафедрой

o.blinnikova@yandex.ru

Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Россия

Новикова Ирина Михайловна

старший преподаватель

tditv2012@yandex.ru

Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Россия

Аннотация. В статье представлены результаты проведенных исследований выявления потребительских предпочтений при выборе пива. Определена основная целевая аудитория потребителей пива, частота покупки данного напитка, факторы выбора. Результаты проведенного опроса позволили определить основные потребительские предпочтения любителей пива и показали, что данный напиток пользуется большой популярностью. При этом классическое светлое пиво наиболее популярно.

Ключевые слова: пиво, потребительские предпочтения, спрос, предложение.

Рынок пива удовлетворяет самые различные потребительские требования. Трудно упомянуть все сорта пива и его производителей. На российском рынке присутствуют как отечественные, так и зарубежные производители многочисленных пивных марок. К наиболее известным российским брендам можно отнести Очаковское, Балтику, Клинское, Невское и многие другие. Что касается потребления пива на душу населения в год, то за рубежом данный показатель выше отечественного практически в два раза. В Европе пива потребляется больше, так как его там начали производить гораздо раньше, чем на территории России. Именно поэтому и культура потребления этого напитка гораздо более развита на Западе. Среднестатистический россиянин употребляет 67 литров пива в год (в Санкт-Петербурге – 100 литров; в Москве – 90 литров). В Европе же этот показатель равен около 110 литров год. Однако признанными любителями данного напитка считаются чехи, потребляющие более 170 литров пива за год [4-8, 9-14].

Нами было проведено исследование потребительских предпочтений на рынке пива Липецкой области. Исследование проводилось методом анкетирования среди жителей городов Елец и Липецк старше 18 лет. Выборочная совокупность, репрезентирующая население по полу и возрасту, составила 100 человек. На основании результатов исследования можно говорить, что более половины (88%) населения Липецкой области являются потребителями пива. Среди них большинство (72%) мужчин. Женщины составляют только третью часть этой аудитории (28%).

Частота потребления пива отражена на рисунке 1.

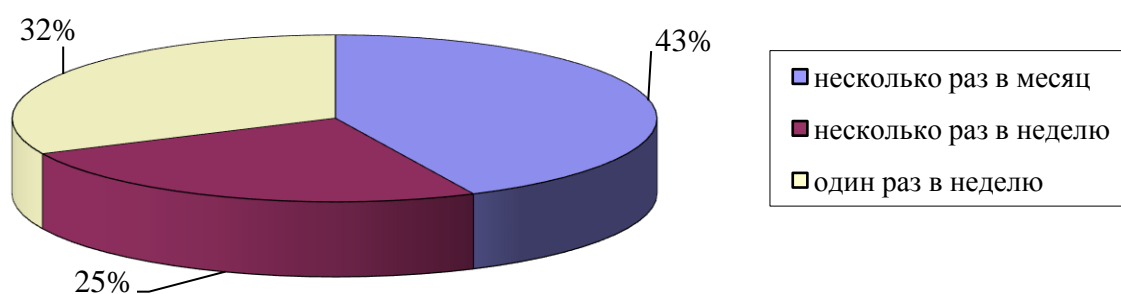


Рисунок 1 – Частота потребления пива

43% респондентов употребляет пиво не чаще 1–2 раз в месяц, треть респондентов – 32% один раз в неделю, 25% - несколько раз в неделю. Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, пиво является популярным продуктом.

Что касается типа пива, основная доля потребителей выбирает светлое пиво – 83%, темному же пиву отдают предпочтение всего лишь 17% респондентов.

Рассматривая возрастную структуру потребителей пива в распределении по полу можно заметить, что респонденты всех возрастных групп от 18 лет и старше потребляют пиво. В то же время, как среди мужчин, так и среди женщин наибольший процент потребителей наблюдается в возрастной группе от 20 до 29 лет (32% от мужчин и 25% от женщин), а также в возрастной группе 18-19 лет (21% от мужчин и 22% от женщин).

Анализируя среднемесячный доход на 1 человека, можно заметить, что среди респондентов, потребляющих пиво, наибольшая доля - 48 % - с доходами до 15000 руб. в месяц, высокая доля – 36% - приходится на потребителей с уровнем дохода выше 15000 руб. в месяц. Доля потребителей с доходом более 20000 руб. в месяц составляет 16%.

Что касается рода деятельности потребителей пива, то по данным исследования можно сказать, что основную долю потребителей составляют студенты (33%) и специалисты с высшим образованием (29%). Доля составляет рабочих 12%, домохозяек – 11%, предпринимателей – 5%, безработных – 4%, пенсионеров – 3% и 3% руководителей.

Как известно, каждый потребитель при совершении покупки руководствуется определенными факторами. Анализ факторов выбора пива потребителями показывает, что первичными среди них является подходящая цена (54%), а вторичными – понравившийся вкус (41%) и хорошее качество (5%).

Предпочтительным объемом пива является бутылка или банка 0,5 л. Именно этот вариант ответа выбрали 41% респондентов. Пиво, объемом 1,5 л и 1 л также выбирают большой процент опрошенных – 23% и 17% соответственно. Упаковка емкостью более 1,5 л и 0,33 л является менее предпочтительной – 11% и 8% респондентов соответственно.

При этом пиво в стеклянной бутылке является наиболее популярным – у 37% респондентов. Тем не менее, у остальных респондентов пластиковая бутылка и алюминиевая банка также пользуются спросом – 33% и 14% соответственно. Пиво на разлив выбирают 16% респондентов.

В ходе опроса анализировались потребительские предпочтения пива по цене. Основная доля респондентов выбирает пиво по цене до 60 руб. за 1 бутылку (из расчета за 0,5л) – 62%. Достаточно большой процент опрошенных – 26% покупают пиво по цене до 70 руб. за бутылку. За пиво по цене более 70 руб. за бутылку готовы заплатить 12% респондентов.

Результаты проведенного опроса позволили определить основные потребительские предпочтения любителей пива и показали, что данный напиток пользуется большой популярностью. При этом классическое светлое пиво наиболее популярно. Что касается наименований популярных сортов пива, значительная часть их представлена марками светлого пива. Несмотря на это темное пиво в последнее время набирает популярность. И если 10 лет назад, согласно литературным данным, данный напиток выбирали 6-9% потребителей [1-3, 12], то сегодня, согласно результатам проведенного опроса, темное пиво предпочитают 17% респондентов. Следует также отметить, что такие наименования темного пива как Kozel, Zatecky Gus и Старый Мельник, которые называли потребители как наиболее

предпочитаемые марки, являются не темным пивом [13], а пивными напитками. И только такие наименования как Жигули (Барное Бархатное), Охота (Лондонский портер) относятся непосредственно к категории темное пиво.

Список литературы:

1. Ермолаева Г.А. Эффективность развития предприятий пивоваренной отрасли / Г.А. Ермолаева // Пиво и напитки, 2012. – № 3. – С.18–22.
2. Казаков И.О. Исследование потребительских предпочтений на рынке пива г. Кемерово / И.О. Казаков, Т.Ф. Киселева, Е.В. Цветков // Техника и технология пищевых производств. – 2014. - №3. – С. 158-162.
3. Казанцев А.А. Пиво как разумная альтернатива водок в национальной модели алкогольного рынка / А.А. Казанцев, К.В. Киселев, О.В. Коркачева // Пиво и напитки. – 2012. – № 5. – С.10–12.
4. Куликов И.М. Продовольственная безопасность: проблемы и перспективы / И.М. Куликов, И.А. Минаков // Scientific Papers. Series: Management, Economic Engineering and Rural Development. - 2019. - Т. 19. - № 4. - С. 141-147.
5. Липатова Л.П. Популярность напитков: спрос и предложение / Л.П. Липатова, М.И. Кузьмин, Ф.Ф. Смелянский // Пиво и напитки. – 2014. – № 2. – С. 6–8.
6. Минаков И.А. Перспективы импортозамещения на региональном агропродовольственном рынке / Минаков И.А. // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. - 2017. - № 1. - С. 98-105.
7. Минаков И.А. Продовольственная безопасность и роль тамбовской области в ее формировании / И.А. Минаков // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. - 2016.- № 2. - С. 98-104.

8. Минаков И.А. Роль регионального АПК в формировании продовольственной безопасности страны / И.А. Минаков, А.Ю. Сытова // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. - 2018. - № 7. - С. 28-31.

9. Минаков И.А. Формирование продовольственной безопасности на основе импортозамещения на агропродовольственном рынке / И.А. Минаков // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. - 2018. - № 1. - С. 120-124.

10. Минаков И.А. Формирование продовольственной безопасности на региональном уровне / И.А. Минаков // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. - 2020.- № 1 (60). - С. 203-208.

11. Позняковский В.М. Системный анализ российского рынка пива для обоснования целесообразности категоризации его торгового предложения / В.М. Позняковский, К.В. Киселев, А.А. Казанцев, О.В. Коркачева // Пиво и напитки. – 2012. – № 6. – С.4–8.

12. 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.

13. ГОСТ 31711-2012. Пиво. Общие технические условия.

14. Solopov V.A. Food safety in the sphere of production and consumption of vegetable products | V.A. Solopov, I.A. Minakov // International Journal of Engineering and Technology (UAE). - 2018. - Т. 7. - № 4. - С. 523-527.

UDC 663.4:338.439.5

ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES OF SELECTING BEER

Ivanov Vladimir Sergeevich

Student

Michurinsk State Agrarian University,

Michurinsk, Russia

Blinnikova Olga Mikhailovna

Candidate of Technical Sciences, Head of Department

o.blinnikova@yandex.ru

Michurinsk State Agrarian University,

Michurinsk, Russia

Novikova Irina Mikhailovna

Senior Lecturer

tditv2012@yandex.ru

Michurinsk State Agrarian University,

Michurinsk, Russia

Annotation. The article presents the results of studies of identifying consumer preferences when choosing beer. The main target audience of beer consumers, the frequency of purchase of this drink, and the selection factors are determined. The results of the survey allowed us to determine the main consumer preferences of beer lovers and showed that this drink is very popular. At the same time, classic light beer is the most popular.

Keywords: beer, consumer preferences, demand, supply.

