

УДК 339.13:664.672

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА КРУП

Галина Юрьевна Раббе

студент

Анна Викторовна Галкина

ассистент

numnia@mail.ru

Мичуринский Государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Россия

Аннотация. В статье представлены результаты маркетингового исследования потребительского рынка крупна примере г. Мичуринска Тамбовской области. Приведены основные тенденции, динамика спроса и предложения, а также основные факторы, влияющие на потребительские предпочтения круп.

Ключевые слова: ассортимент круп, маркетинговые исследования, потребительские предпочтения.

Российский рынок круп представлен широким ассортиментом изделий различных типов и брендов. Понимание текущего состояния рынка круп позволяет выявить основные тенденции, динамику спроса и предложения, а также основные факторы, влияющие на потребительские предпочтения.

На данный момент российский рынок крупяных изделий динамично развивается во многих регионах. Наибольшим спросом, у потребителя, и у зерномучной промышленности, пользуются рисовая, гречневая и овсяная крупы. Рис - наиболее востребованная крупа на рынке, в долгосрочном плане спрос на нее будет расти. В перспективе увеличение предложения будет обеспечиваться за счет роста отечественного производства на фоне сокращения импортных поставок.

Производство гречки в России стабилизировалось на уровне, полностью обеспечивающем растущие потребности. Ввоз импортной крупы может происходить только при сокращении урожая гречихи.

Весьма значительные перспективы роста производства крупяных продуктов на основе овса. Данный рынок продолжает расти за счет дальнейшего развития производства высококачественных хлопьев, овсяных продуктов с высокой добавленной стоимостью, развития ингредиентного бизнеса. Самыми перспективными представляются позиции хлопьев, каш быстрого приготовления и пакетированных гарниров.

Фактором, ограничивающим рост рынка крупы и крупяных продуктов, является бурное развитие продуктов-субститутов, в первую очередь лапши, макаронных изделий и картофелепродуктов быстрого приготовления [3]

Рынок круп демонстрирует стабильный рост и высокую конкуренцию продукции. Популярность круп в российском обществе обусловлена их высокой питательностью, доступностью и универсальностью использования в приготовлении пищи. Тем не менее, изменения в потребительских предпочтениях и экономическая ситуация могут влиять на динамику спроса.

Наиболее популярными, и часто встречаемыми на полках магазинов, можно назвать несколько производителей: «Макфа», «Мистраль», «Агроторг», «Золотой колос», «Русский аромат» и другие. Каждый из них предлагает свою линейку продукции, ориентированную на различные сегменты рынка и потребительские предпочтения.

Рынок круп в России можно сегментировать по типу круп и их производителей. Важными сегментами являются пшеничные, ячменные, кукурузные, рисовые и другие виды круп. Каждый тип круп имеет свои уникальные характеристики и потребительский спрос, что влияет на конкурентную борьбу и ценовую политику на рынке.

Анализ рынка круп в России позволяет идентифицировать ключевые тенденции и факторы, определяющие его развитие, что является важным инструментом для разработки эффективных маркетинговых стратегий и принятия стратегических решений в сфере продовольственной промышленности.

Исследование рынка круп в России требует применения разнообразных методов для сбора, анализа и интерпретации данных. Качественные методы исследования позволяют получить глубокое понимание мнений, убеждений и предпочтений потребителей относительно круп. Некоторые из наиболее эффективных методов включают:

- Фокус-группы: Групповые дискуссии с участием небольших групп потребителей, которые обсуждают свои впечатления, предпочтения и отношение к различным видам круп. Фокус-группы позволяют исследователям выявить общие тенденции и неочевидные аспекты потребительского поведения.

- Глубинные интервью: Интервью с отдельными потребителями, которые позволяют получить подробную информацию о их взглядах, опыте использования круп и ожиданиях от продукции. Глубинные интервью

обеспечивают контекстуализацию данных и позволяют выявить индивидуальные особенности потребительского опыта.

Количественные методы исследования направлены на получение объективных данных о мнениях и предпочтениях широкого круга потребителей. Наиболее распространенные методы включают:

- Опросы: Сбор информации через структурированные вопросники, заполненные большим количеством респондентов. Опросы позволяют исследователям собрать широкий объем данных и провести статистический анализ для выявления общих тенденций.

- Анкетирование: Раздача анкет респондентам для самостоятельного заполнения. Анкетирование часто используется для сбора информации на массовых мероприятиях или в точках продаж.

Сравнительный анализ данных представляет собой методологический подход, включающий сопоставление результатов качественных и количественных исследований. Этот анализ позволяет выявить соответствия и расхождения между различными источниками данных, а также сформулировать выводы относительно потребительских предпочтений, тенденций и рекомендаций для рынка круп в России.

Использование разнообразных методов исследования позволяет получить комплексное представление о рынке круп в России, выявить ключевые факторы влияния на потребительское поведение и сформулировать эффективные маркетинговые стратегии для удовлетворения потребностей потребителей. Понимание потребительских предпочтений и требований играет ключевую роль в разработке успешных маркетинговых стратегий и продвижении круп на рынке. Различные аспекты, такие как типы круп, факторы выбора и ожидания от качества и упаковки, должны учитываться для удовлетворения запросов потребителей.

Потребительские предпочтения различны и разделяются по типам круп, основанные на вкусовых предпочтениях потребителей, диетических

ограничениях и культурных традициях. Например, некоторые потребители могут предпочитать пшеничные крупы из-за их универсальности в приготовлении, тогда как другие могут отдавать предпочтение рису или ячменю из-за их уникального вкуса и текстуры.

Факторы, влияющие на выбор и покупку круп, могут включать в себя цену, качество продукции, упаковку, бренд, рекламу и доступность продукции. Например, потребители могут быть склонны выбирать продукцию с более привлекательной упаковкой или отдавать предпочтение продукции известных брендов.

Согласно данным Института конъюнктуры аграрного рынка наиболее популярной крупой является рис, его доля составляет около 40% от общего объема потребления круп. Вторая по популярности крупа – гречневая, на ее долю приходится 20% от объема потребления. При этом практически вся потребляемая гречка – российского производства. В тройку лидеров входит и геркулес (овсяные хлопья). Основные объемы геркулеса также производятся в России, импорт, как и экспорт, незначителен. Далее, с большим отрывом, расположились такие крупы как пшено, манная и перловая крупы, горох, ячневая крупа и другие виды круп. [1]

Гречневая крупа — второй по популярности гарнир у россиян, который уступает лишь картофелю. Эксперты Роскачества назвали лучшие марки гречки на отечественном рынке. В список попали 17 образцов гречневой крупы, такие как «Греча», «Гудвил», «Шебекинская», «Ярмарка», «365 дней», Fine Life, Globus, Makfa, «Дон Густо», «Мелькруп», «Мистраль», «Националь», «Перекрёсток», «Просто Азбука», «То, что надо!», «Увелка», «Чистая крупа». Все представленные марки продукта, согласно проведённым исследованиям Роскачества, являются безопасными. Кроме того, 4 из них и вовсе получили отметку «Знак качества» организации. [2]

Потребители ожидают от круп высокого качества и безопасности. Качественные крупы должны соответствовать требованиям стандартов и не

содержать вредных добавок или примесей. Ожидания от упаковки включают в себя удобство использования, информативность (например, срок годности, состав продукта) и экологическую приемлемость.

Исследование потребительских предпочтений и требований позволяет компаниям адаптировать свою продукцию и маркетинговые стратегии, чтобы удовлетворить запросы и ожидания потребителей, что способствует укреплению позиций на рынке и увеличению конкурентоспособности.

Стратегии маркетинга и продвижения на рынке круп могут включать в себя рекламные кампании, акции, скидки, участие в выставках, продвижение в социальных сетях, создание собственных магазинов или партнерство с розничными сетями. Эффективные стратегии маркетинга позволяют брендам увеличивать узнаваемость и улучшать восприятие потребителями.

Оценка реакции конкурентов на изменения рыночной среды позволяет понять их стратегии, реакцию на изменения спроса, ценовую политику и маркетинговые действия. Конкуренты могут реагировать на изменения рыночной среды путем изменения цен, модификации продукции, расширения ассортимента или изменения маркетинговых стратегий.

Анализ конкурентной среды помогает компаниям понять их позицию на рынке, выявить сильные и слабые стороны, определить потенциальные угрозы и возможности, а также разработать эффективные стратегии для удержания или увеличения своей доли на рынке.

Прогнозирование тенденций развития рынка круп в России позволяет компаниям адаптировать свои стратегии и принимать эффективные решения в условиях изменяющейся рыночной среды. При этом важно учитывать, что растет спрос на здоровое питание, в связи с растущим интересом к здоровому образу жизни и правильному питанию, поэтому и спрос на натуральные и органические крупы будет продолжать расти. При сохранении экономической нестабильности, потребители будут отдавать предпочтение качественным продуктам по доступной цене, что подтверждает важность

конкурентоспособной ценовой политики. Компании, которые будут активно внедрять инновационные технологии производства и упаковки круп, что повысит качество продукции и удобство использования для потребителей, безусловно улучшат эффективность маркетинговых кампаний.

Рекомендации для компаний на рынке круп в России включают в себя:

- Инвестиции в качество продукции и производственные технологии: Сосредоточьте усилия на повышении качества продукции и внедрении инновационных технологий производства.

- Развитие уникальных брендовых стратегий: Создайте уникальный образ бренда, который отличается от конкурентов и привлекает внимание потребителей.

- Адаптация к потребительским требованиям: Исследуйте потребительские предпочтения и адаптируйте свою продукцию и маркетинговые стратегии под требования рынка.

- Укрепление онлайн-присутствия и электронной коммерции: Развивайте онлайн-продажи и взаимодействие с потребителями через цифровые каналы, чтобы быть ближе к своей аудитории и эффективнее управлять продажами.

С учетом этих тенденций и рекомендаций компании на рынке круп в России смогут успешно адаптироваться к изменяющимся условиям и укрепить свои позиции на рынке.

Исследование рынка круп в России представляет собой важный этап в понимании текущего состояния отрасли и определении стратегических направлений развития. В ходе исследования были выявлены следующие основные выводы и результаты:

1. Структура рынка круп: Рынок круп характеризуется высокой конкуренцией и разнообразием предложения. Крупные бренды доминируют на рынке, но существует и место для нишевых и новых игроков.

2. Потребительские предпочтения: Потребители ценят качество, свежесть и разнообразие круп. Они все более ориентированы на здоровое питание и удобство использования продукции.

3. Конкурентная среда: Конкурентная борьба на рынке круп стимулирует компании к поиску новых способов продвижения и дифференциации своих продуктов.

4. Ценовая политика: Цены остаются одним из важнейших факторов влияния на выбор потребителей. Эффективная ценовая стратегия может существенно повлиять на успех продукции на рынке.

5. Тенденции развития: Рынок круп в России продолжает демонстрировать стабильный рост, особенно в сегменте органических и натуральных продуктов. Тем не менее, компании должны оставаться гибкими и адаптироваться к изменяющимся потребительским требованиям и рыночным условиям.

На основе проведенного исследования компании могут разработать стратегии, направленные на укрепление своих позиций на рынке, повышение конкурентоспособности и удовлетворение потребительских запросов.

Список литературы:

1. Карпенко Г.Г., Антонцев А.А. Основные тенденции развития производства и рынка зерновых культур в России и мировом пространстве // Государственное управление. Электронный вестник. 2018. №69.

2. Роскачество // URL: <https://rskrf.ru/ratings/produkty-pitaniya/bakaleya/grechnevaya-krupa/> (дата обращения 04.03.2024)

3. Фудритейл // URL: <https://krasnodar.foodretail.ru/news/kommentariy-rossiyskiy-rinok-kруп-prichini-sokrashcheniya-proizvodstva-146425> (дата обращения 05.03.2024)

UDC 339.13:664.672

**MARKETING RESEARCH OF THE CONSUMER MARKET OF
GREATS**

Galina Yu. Rabbe

student

Anna V. Galkina

assistant

numnia@mail.ru

Michurinsk State Agrarian University

Michurinsk, Russia

Abstract. The article presents the results of a marketing study of the consumer market in a large example of the city of Michurinsk, Tambov region. The main trends, dynamics of supply and demand, as well as the main factors influencing consumer preferences of cereals are presented.

Key words: assortment of cereals, marketing research, consumer preferences.

Статья поступила в редакцию 03.05.2024; одобрена после рецензирования 13.06.2024; принята к публикации 27.06.2024.

The article was submitted 03.05.2024; approved after reviewing 13.06.2024; accepted for publication 27.06.2024.