

УДК 637.146.32

АНАЛИЗ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ПОКУПКЕ КИСЛОМОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Алла Андреевна Потапова

кандидат технических наук, доцент

allusi4ek@mail.ru

Анна Ивановна Харченко

студент

Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Россия

Аннотация. В результате наших исследований был проведен анализ предпочтений потребителей кисломолочной продукции, так как в последнее время эта тема становится популярной благодаря полезным свойствам данной продукции. Изучен рынок сметаны, реализуемой в г. Лебедянь с помощью анкетирования потребителей.

Ключевые слова: сметана, анализ рынка, потребитель.

В настоящее время в России рынок кисломолочной продукции стабильно развивается, происходит расширение ее ассортимента за счет внедрения в производство различных обогащающих добавок [1, 3]. Интерес представляет рынок сметаны, который представлен новыми видами, например, с наполнителем, 14, 18 и 23%-ной жирности [5, 6].

Проблема качества выпускаемой продукции остается на первом месте [2, 4].

В связи с этим, нами был проведен анализ предпочтений потребителей кисломолочной продукции на примере сметаны, реализуемой на потребительском рынке г. Лебедянь Липецкой области.

В процессе опроса мы выяснили, что наибольшее количество покупателей приходится на старшие возрастные группы и среди них в основном женщины.

В результате исследований получили, что частота потребления кисломолочной продукции как сметана предпочитает 42% потребителей, которые используют в пищу каждый день, 28% – через день, 18% – 1–2 раза в неделю, 8% – раз в 2 недели, остальные 4% – раз в месяц и реже (рисунок 1).

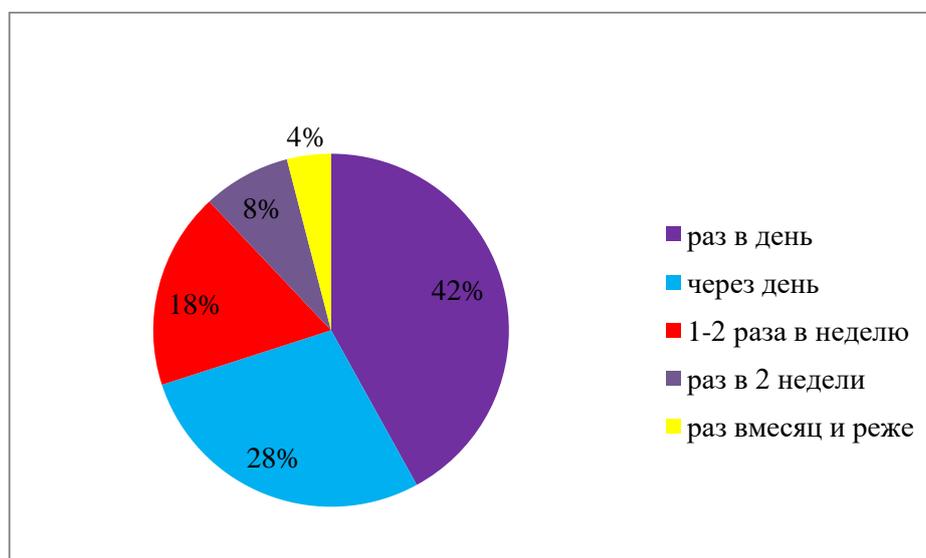


Рисунок 1 — Частота потребления сметаны.

На рисунке 2 показаны потребительские предпочтения торговых марок сметаны. Большинство ответило Домик в деревне (27%), Бежин луг (24%), Простоквашино (23%), Лебедяньмолоко (21%), другое (5%).

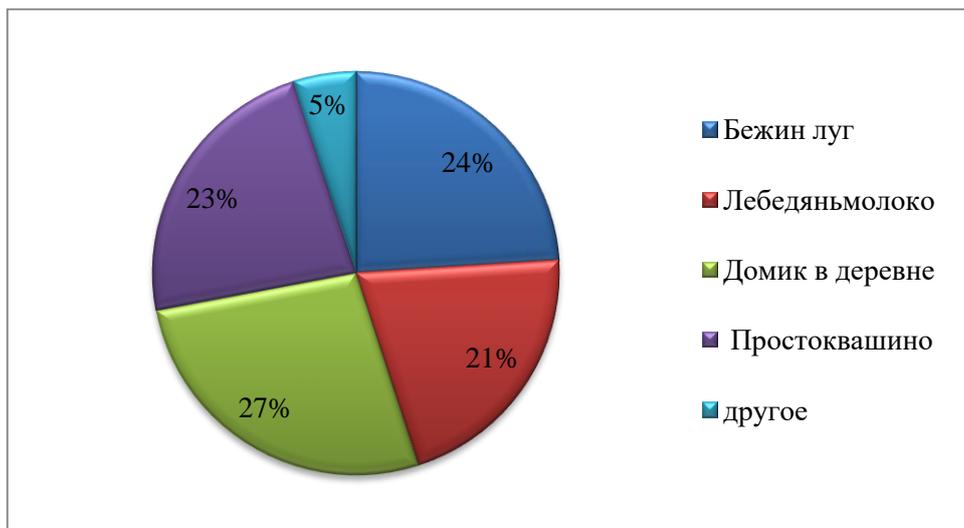


Рисунок 2 — Потребительские предпочтения торговых марок сметаны.

На рисунке 3 видно, что на вопрос «Как вы думаете, что, как правило, определяет выбор покупателя при совершении покупки?» большинство (41%) считают, что на выбор покупателя влияет вкус, упаковка – 22%, состав – 11%, марка – 10%, реклама – 9%, цена – 4%.

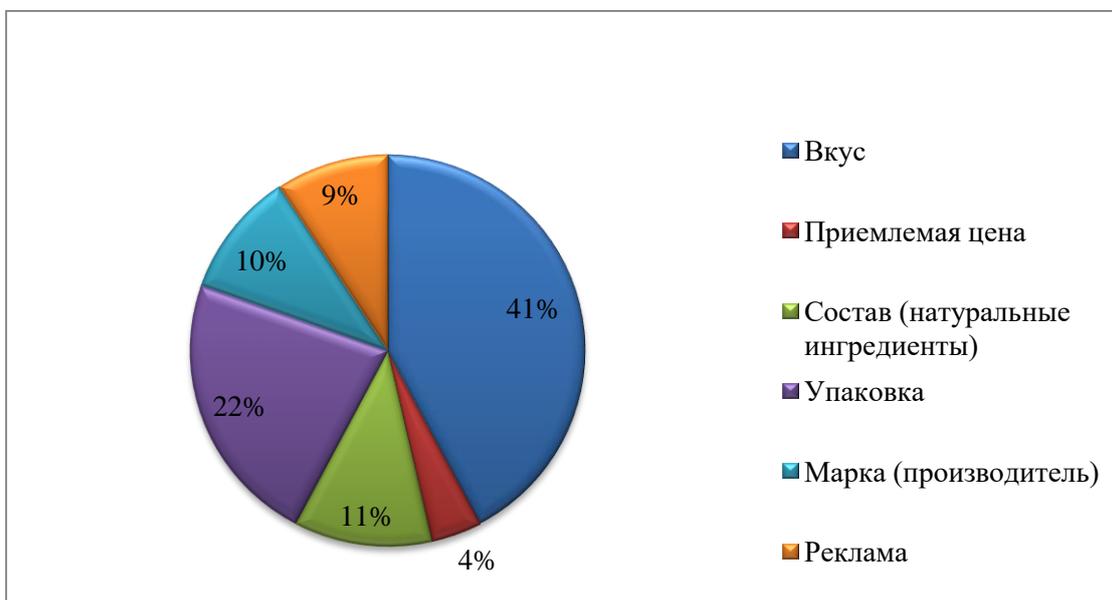


Рисунок 4 — Факторы, влияющие на совершение покупки.

При ответе на вопрос «Для чего вы используете сметану?» большинство ответило, что используют его для выпечки (39%), для употребления с блинами (43%), непосредственно в пищу (18%) (Рисунок 5).

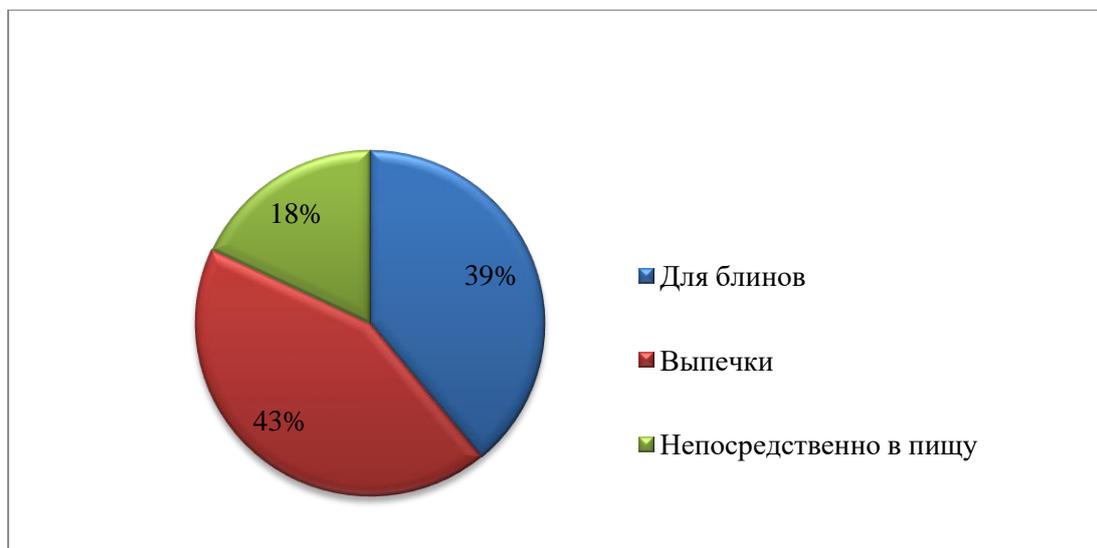


Рисунок 5 — Цели использования сметаны.

На рисунке 6 показаны ответы на вопрос «Как вы думаете, полезна ли сметана?»: большинство ответило, что да (97%), не знаю (2%), нет (1%).

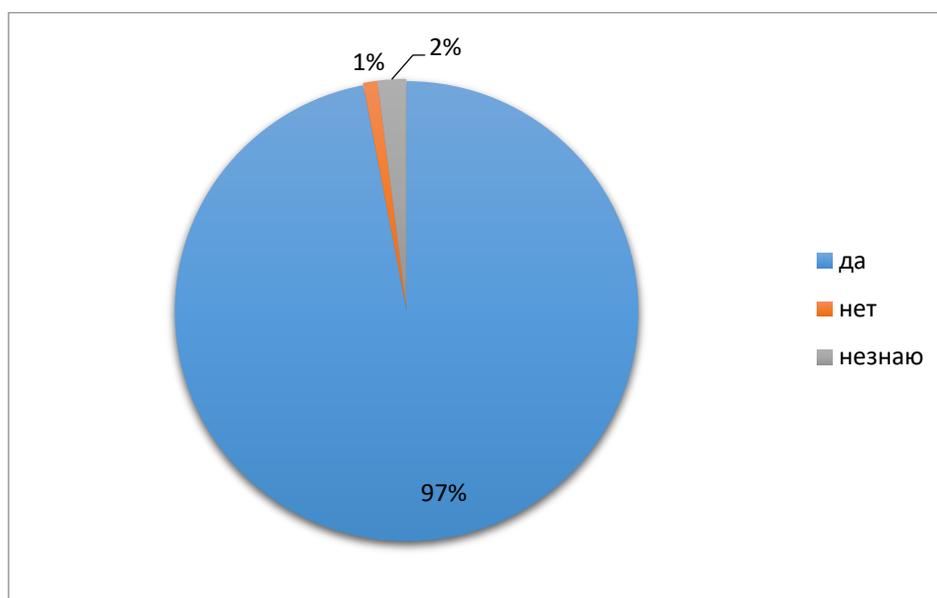


Рисунок 6 — Польза сметаны.

Анализ потребительских свойств сметаны показал, что 25% респондентов отмечают вкус, 30% - запах, 20% - цвет, 25% - консистенцию. Следовательно, прежде всего потребители обращают внимание на показатель запаха продукции, затем на консистенцию, вкус и цвет. Также отметим, что потребители уделяют внимание таким показателям, как внешний вид упаковки, калорийность и состав.

Часть опрошенных отметили тот факт, что приходилось сталкиваться с некачественными продуктами в части посторонних запахов и вкусом.

Подводя итог анализа рынка сметаны, реализуемой в г. Лебедянь можно сказать, что потребители удовлетворены возможностями выбора интересующего их товара.

Список литературы:

1. Блиникова О.М., Новикова И.М. Маркетинговые исследования рынка сметаны реализуемой на потребительском рынке города Мичуринска // Наука и Образование. 2021. Т. 4. № 3.

2. Потапова А.А., Перфилова О.В., Медведев С.В. Изучение ассортимента сметаны на потребительском рынке // Наука и Образование. 2020. Т. 3. № 4.

3. 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.

4. Свистун Н. Сметана и сметанные продукты: как обеспечить консистенцию и структуру, сохранив натуральность // Молочная промышленность. 2012 № 10 С. 67.

5. Сухарева Т.Н. Изучение влияния сиропа из имбиря с лимоном на качество 1,0% кефира повышенной пищевой ценности // Наука и образование. 2021. Т.4. № 4.

6. Сухарева Т.Н. Оценка качества ряженки, реализуемой на рынке г. Мичуринска // Агробиотехнология-2021. Сборник статей международной научной конференции. Москва. 2021. С. 1129-1131.

UDC 637.146.32

**ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES WHEN BUYING
FERMENTED MILK PRODUCTS**

Alla An. Potapova

candidate of technical sciences, associate professor

Anna Iv. Kharchenko

student

Michurinsk State Agrarian University

Michurinsk, Russia

Annotation. As a result of our research, we analyzed the preferences of consumers of fermented dairy products, as this topic has recently become popular due to the beneficial properties of these products. The sour cream market sold in Lebedyan has been studied using consumer surveys.

Keywords: sour cream, market analysis, consumer.

Статья поступила в редакцию 30.01.2025; одобрена после рецензирования 21.03.2025; принята к публикации 31.03.2025.

The article was submitted 30.01.2025; approved after reviewing 21.03.2025; accepted for publication 31.03.2025.