

УДК 637.146.32

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ СЛИВОЧНОГО МАСЛА

Алла Андреевна Потапова

кандидат технических наук, доцент

allusi4ek@mail.ru

Наталия Сергеевна Мещерякова

студент

Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Россия

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

Ключевые слова: сливочное масло, рынок, маркетинговые исследования.

На современном рынке представлены такие крупные производители, как ООО «Молочный продукт», ЗАО ПТК «Северное молоко», ОАО «Эфко», ООО «ИВМОЛОКОПРОДУКТ», ОАО «МСЗ «Кошкинский», АО «Озерецкий молочный комбинат», ООО «Савушкин продукт», ОАО Компания «ЮНИМИЛК», а также многие другие предприятия менее известные на рынке [1, 3].

Маркетинговые исследования покупательских предпочтений торговых марок сливочного масла были проведены с помощью анкетирования. В опросе принимали участие 100 человек разного возраста, пола [2, 4].

В результате опроса показали, что наибольший процент покупателей (58%) считают рынок молочной продукции насыщенным или достаточно насыщенным (32%). Респонденты в возрасте до 20 лет предлагают, что надо разнообразить молочную продукцию (10%).

При оценке качества сливочного масла данные показывают, что 25% из них считают качество хорошим, 50% - удовлетворительным и 25% - неудовлетворительным.

Следует отметить, что высоким спросом пользуется сливочное масло пониженной жирности (содержание жира от 50 до 79%) – 54% респондентов отдали свое предпочтение этому маслу, сливочное масло традиционного состава (содержание жира 80-82,5%) и низкожирное масло (содержание жира 30-49%) пользуются меньшей популярностью, им отдали предпочтение 26% и 5% респондентов соответственно (рисунок 1).

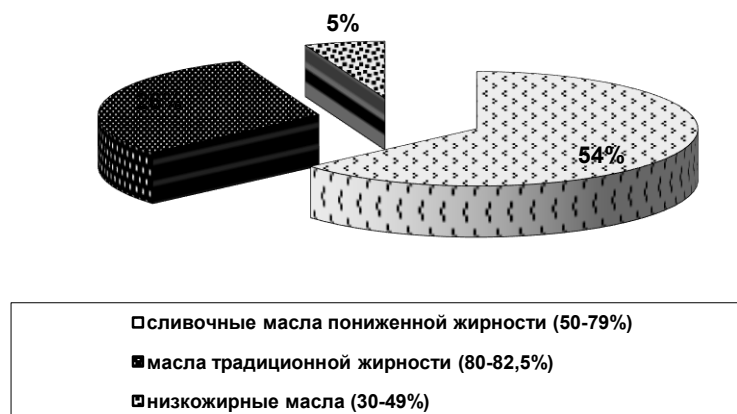


Рисунок 1 - Предпочтения потребителей в зависимости от жирности масла.

Исследования показывают, что на выбор масла влияет его качество. В первую очередь, это свежесть масла, затем содержание жира в нем, а также на наличие различных добавок. На состояние упаковки и цену в результате опроса покупатели обращают меньше внимания (таблица 1).

Таблица 1

Позиционирование исследуемого продукта на рынке.

Критерии	Число респондентов	
	Количество, чел.	%
Качество	22	22
Свежесть	22	22
Содержание жира	18	18
Цена	8	8
Состав продукта	6	6
Срок годности	4	4
Масса товара	2	2
Удобство расфасовки	2	2
Доступность и достоверность информации	4	4
Страна производитель	2	2
Наличие добавок	6	6
Красочность упаковки	4	4

Анализ частоты покупки сливочного масла показал, что 64% потребителей покупают масло один раз в неделю, 26% - 1 раз месяц, 10% - не приобретают масло вообще (рисунок 2).

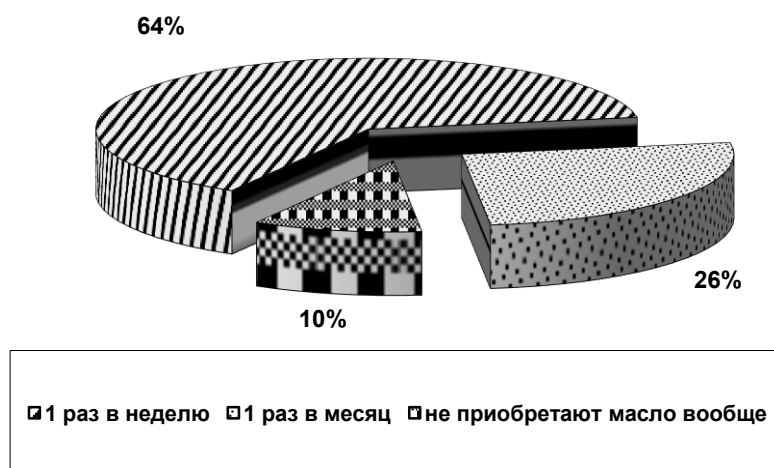


Рисунок 2 - Частота покупки респондентами сливочного масла.

Наиболее известными торговыми марками являются «Простоквашино» и «Лебедянь» (рисунок 3).

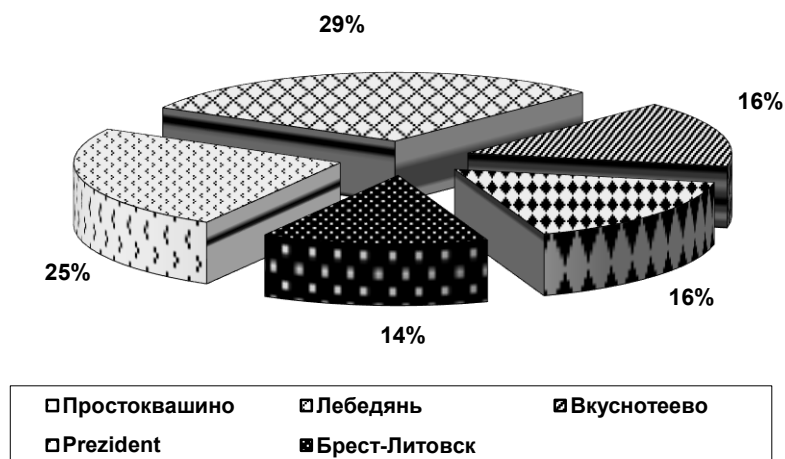


Рисунок 3 - Наиболее известные марки сливочного масла.

При ответе на вопрос: «Ваши предложения по улучшению обеспечения населением молочной продукцией?» большинство респондентов считают снизить цены, улучшить качество и количество специализированных магазинов (рисунок 4). Небольшая часть опрошенных пожелали улучшить упаковку.

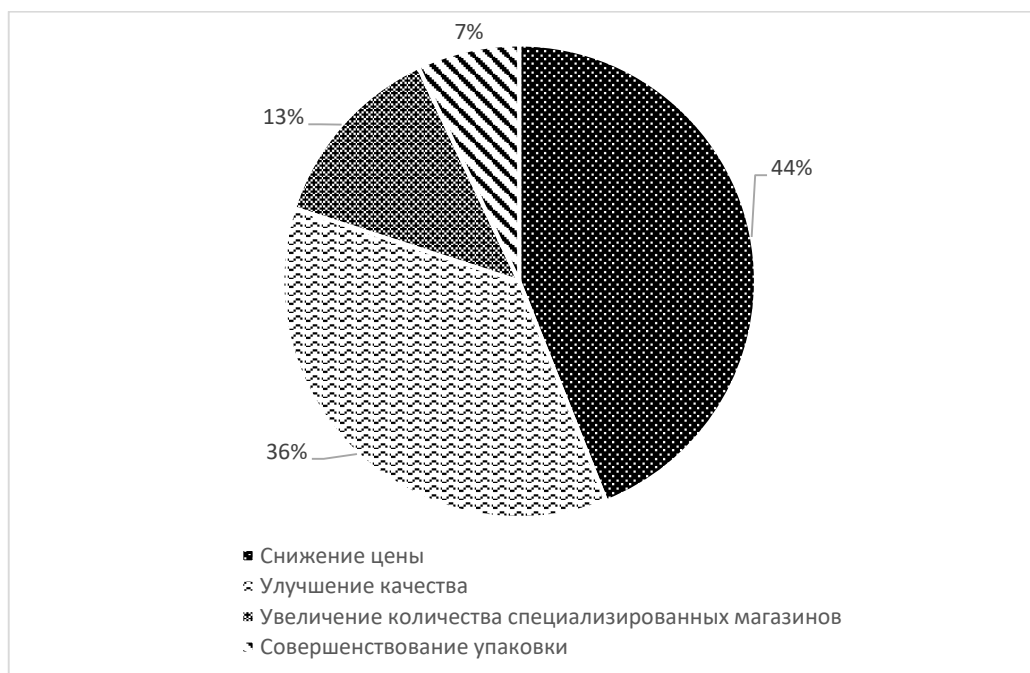


Рисунок 4 - Предложения по улучшению обеспечения населением молочной продукцией.

Анализ проведенных маркетинговых исследований показал, что рынок молочной продукции насыщен большим количеством реализуемых торговых марок сливочного масла. Наибольшее количество респондентов отметило, что качество и свежесть продукта является самым основным фактором при выборе товара.

Список литературы:

1. Потапова А.А., Харченко, А.И. Анализ предпочтений потребителей при покупке кисломолочной продукции // Наука и Образование. 2025. Т.8. №1
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. 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.

UDC 637.146.32

MARKETING RESEARCH OF BUTTER

Alla An. Potapova

candidate of technical sciences, associate professor

allusi4ek@mail.ru

Natalia S. Meshcheryakova

student

Michurinsk State Agrarian University

Michurinsk, Russia

Annotation. As a result of our research, we analyzed the preferences of butter consumers, as this topic has recently become popular due to the beneficial properties of this product. The market of butter sold in Tambov has been studied through a consumer survey.

Keywords: butter, market, marketing research.

Статья поступила в редакцию 10.05.2025; одобрена после рецензирования 20.06.2025; принята к публикации 30.06.2025.

The article was submitted 10.05.2025; approved after reviewing 20.06.2025; accepted for publication 30.06.2025.