

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА РЫНКЕ МОЛОКА И МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ ПРИМОРСКОГО КРАЯ



Троценко Анастасия Николаевна,

старший преподаватель кафедры маркетинга, коммерции и логистики, Дальневосточный федеральный университет (ДВФУ); 690922, г. Владивосток, остров Русский, бухта Аякс, корпус G(22)
trotsenko.an@dvfu.ru

В статье проанализированы потребительские предпочтения жителей Приморского края в отношении молока и молочной продукции. В ходе исследования были выявлены: причины потребления или отсутствия в рационе питания молока и молочной продукции; частота покупки; предъявляемые требования к определенным видам молочных продуктов; факторы, влияющие на выбор продукции; сформированные отношения к торговым маркам; источники информации при принятии решения о покупке. На основе проведенного исследования потребительских предпочтений были выделены по искомым выгодам от покупки молока и молочной продукции семь целевых сегментов рынка и охарактеризованы профили полученных сегментов: «Гурманы», «Здоровая семья», «Молодые родители», «Любители фитнеса», «Занятые люди», «Имеющие проблемы со здоровьем», «Кулинары». Для каждого сегмента были предложены направления совершенствования основных элементов комплекса маркетинга (4P). Практическая значимость проведенного в работе исследования заключается в том, что полученные результаты потребительских предпочтений на рынке молока и молочной продукции Приморского края могут быть использованы в деятельности предприятий, занимающихся производством и реализацией молока и молочной продукции.

Ключевые слова: потребление молока и молочной продукции; потребительские предпочтения; сегменты рынка молока и молочной продукции.

Рынок молока и молочной продукции характеризуется значительными объемами производства, реализации и потребления, а также своей социальной значимостью. Молоко входит в состав потребительской корзины и занимает большую долю — около 25%.

В работе изучены потребительские предпочтения наиболее востребованных видов молочной продукции согласно Общероссийскому классификатору внешнеэкономической деятельности, действующему на 2017 год, а именно: 1) молоко и питьевые сливки; 2) сметана и сметанные продукты; 3) сливочное масло, топленое масло; 4) кисломолочные продукты; 5) творог, творожные массы и творожные продукты; 6) сыр и сырные продукты (в том числе плавленый); 7) мороженое*.

Рынок молока и молочной продукции играет огромную роль, в том числе и в жизни жителей

Приморского края. Потребительские предпочтения на рынке молока и молочной продукции меняются в сторону индивидуализации, многие предпочитают выбирать продукты, соответствующие их образу жизни, где немаловажную роль играет система питания, акцентируется внимание на калорийности и полезности пищи, возрастной градации.

Для отслеживания складывающегося потребительского отношения к молоку и молочным продуктам и понимания мотивов совершения покупок необходимо регулярно проводить соответствующее исследование для определения особенностей поведения целевой аудитории и совершенствования комплекса маркетинга.

Для изучения потребительских предпочтений на рынке молока и молочной продукции Приморского края был проведен онлайн-опрос с помощью онлайн-

анкеты, созданной на платформе *Google Form*, в июне 2017 года среди жителей Приморского края. Было опрошено 635 респондентов. После обработки анкет было выявлено 110 бракованных анкет. Таким образом, только 525 заполненных анкет были приняты для дальнейшего анализа. В *таблице 1* представлена характеристика респондентов, вошедших в выборку.

В ходе проведенного опроса потребительских предпочтений на рынке молока и молочной продукции Приморского края были получены следующие результаты.

По данным проведенного опроса 75% респондентов употребляют молоко и молочную продукцию, 6% употребляют только молочную продукцию и 4% употребляют только молоко, а 15% опрошенных вообще не употребляют молоко и молочную продукцию.

* Класс ОКВЭД 10 – Производство пищевых продуктов. URL: <http://www.buxprofi.ru/spravochnik/okved-2/razdel-C/klass-okved-10> (дата обращения: 25.07.2017).