

А.Г. ВЕРШИНИНА, В.С. БОЛЬШАКОВ

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА РЫНКЕ ОВОЩНЫХ КОНСЕРВОВ Г. ВЛАДИВОСТОКА

Проведено исследование потребительских предпочтений на рынке овощных консервов города Владивостока в 2019 г. Определены предпочтения потребителей товаров предприятий пищевой промышленности, а конкретно производящих овощные консервы, которые реализуются на рынке города Владивостока по следующим критериям предпочтения: группа овощных консервов, вид сырья, страна-изготовитель, предпочитаемый производитель, тип тары и т.д. Определено и проанализировано соответствие представленного на рынке города Владивостока ассортимента овощных консервов потребительским предпочтениям.

Ключевые слова: *ассортимент овощных консервов, группы овощных консервов, потребительские предпочтения, рынок города Владивостока.*

Рынок продовольственных товаров, в том числе и овощных консервов, постоянно изменяется. Появляются и исчезают производители, марки, наименования консервов. Меняется структура их ассортимента и потребительские предпочтения в отношении ассортимента.

Формирование ассортимента и управление им с учетом удовлетворения потребительских предпочтений способно положительно повлиять на показатели продаж и как следствие на финансовые результаты торговой организации. Для предприятий розничной торговли очень важно разумно формировать ассортимент с учётом потребительских предпочтений, уровня спроса и предложения на те или иные продовольственные товары, ведь от степени оптимальности представленного ассортимента и его соответствия потребительским предпочтениям зависит финансовая успешность торговой организации.

Ассортимент товаров, его структура должна соответствовать текущему уровню спроса покупателей, их потребностям и предпочтениям. Она должна изменяться с учётом перемен в уровне спроса на те или иные товары в нём. Поэтому проведение исследования потребительских предпочтений на рынке овощных консервов города Владивостока является актуальным на данный момент.

Рассмотрим ситуацию на рынке овощных консервов Российской Федерации в целом. Производство овощных консервов за последние годы увеличивается в значительном темпе. Так, за 2014-2018 гг. оно увеличилось на 36% [1] с 583 до 792 тыс. т. В 2016-2018 гг. рост отечественного производства овощных консервов продолжился, но темпы его были ниже, чем в 2015 г., и составили 0,3-9,4% в год [2].

В России значительная доля производства овощных консервов приходится на консервированные горох и фасоль – в среднем она составила 21%. Высокий удельный вес в совокупном выпуске имели также томатные консервы (19,8% в среднем за период), сладкая кукуруза (13,5%) и огурцы (10,0%). Высокой была доля прочих овощных консервов – 37,0% в среднем за период [1]. Следует отметить снижение в 2014-2018 гг. доли в совокупном выпуске таких видов продукции, как консервированные горох и фасоль (с 25,6 до 14,0%) и консервированные огурцы (с 11,9 до 8,6%). При этом доля производства томатных консервов выросла за тот же период с 15,9 до 23,2%, а прочих овощных консервов – с 31,4 до 40,6% [3].

Кроме того, овощные консервы, производящиеся в России, имеют высокое качество. Большую долю составляет продукция из восстановленного зеленого горошка, произведенного из импортного, в основном канадского, сухого горошка [1].

На российском рынке овощных консервов наиболее активными конкурентами являются западные компании. Некоторые иностранные компании имеют собственные производственные мощности на территории России – например, BonduelleGroup, или планируют создать собственное производство [4].

Из консервированной овощной продукции на долю зернобобовых культур (зеленый горошек, кукуруза, фасоль, бобы) приходится 40%. Второе место, около 20%, занимают различные маринады: маринованные огурцы, томаты, перец, ассорти. На третьем месте с долей в 15% идут салаты, закусочные консервы.

Наконец, говоря про ситуацию в будущем. Так, по оценкам BusinessStat, в 2019-2023 гг. выпуск овощных консервов будет ежегодно расти темпами 4,0-5,1% в год. В 2023 г. он достигнет 985,7 тыс. т, что превысит значение 2018 г. на 24,5% [2].

Итак, из вышесказанного становится ясно, что рынок овощных консервов Российской Федерации является очень изменчивым по причине нестабильной экономической ситуации в стране, а также внешнеэкономических причин. Но несмотря на трудности, производство овощных консервов продолжает расти, хоть и в незначительном темпе.

Перейдём к исследованию потребительских предпочтений на рынке овощных консервов города Владивостока. Исследования потребительских привычек и предпочтений позволяют изучить различные реакции потребителей после совершения покупки. Основными целями изучения поведения потребителей являются понимание и предсказание этого поведения, установление причинно-следственных связей, которые управляют убеждением, и воздействие на потребителя (то есть на спрос) [5].

Целью исследования является определение степени соответствия потребительских предпочтений на рынке овощных консервов города Владивостока ассортименту, представленному на рассматриваемом рынке на момент проведения анализа ассортимента.

Исходя из цели проводимого исследования были выделены и выполнены следующие задачи для её достижения: охарактеризовать и проанализировать рынок овощных консервов города Владивостока; провести исследование потребительских предпочтений; проанализировать результаты проведённого исследования.

Для начала была проанализирована структура ассортимента трех торговых предприятий, которые работают на рынке города Владивостока: супермаркеты «Реми», «Фреш 25» и «Михайловский». Рассматриваемые торговые предприятия относятся к торговым сетям с соответствующими названиями. Все три супермаркета работают на рынке города Владивостока уже более 10 лет.

Анализ структуры ассортимента производился по следующим параметрам: по типу тары; по производителям; по странам-производителям; по группе; по количеству; по виду сырья.

В результате проведенного анализа структуры ассортимента было замечено, что в супермаркете «Реми» овощные консервы в стеклянной таре (58%) преобладают по доле над консервами в металлической таре (42%). В супермаркете «Фреш 25» наблюдается обратная ситуация – овощных консервов в металлической таре больше (54%), чем консервов в стеклянной (46%). В супермаркете «Михайловский» в структуре овощных консервов по типу тары больше консервов в стеклянной таре (64%), чем в металлической (36%). Среди трех рассматриваемых торговых предприятий меньше всего овощных консервов в стеклянной таре в супермаркете «Фреш 25» (46%), а больше всего в супермаркете «Михайловский» (64%). Больше всего овощных консервов в металлической таре в супермаркете «Фреш 25» (54%), меньше всего – в супермаркете «Михайловский» (36%).

При сравнении структуры ассортимента овощных консервов по производителям заметно, что среди супермаркетов больше всего консервов производства компании «Bonduelle» (33%) в супермаркете «Фреш 25», а меньше всего – компании «Золотая Долина» (8%) в «Реми».

Наибольшую долю в каждом из трех рассматриваемых супермаркетов занимают овощные консервы, произведенные в Российской Федерации. Больше всего в структуре ассортимента овощных консервов по стране-производителю в супермаркете «Михайловский», которые произведены в России – 91%, меньше всего в этом же супермаркете с долей в 1% производства Германии.

В структуре ассортимента овощных консервов по группе в рассматриваемых предприятиях торговли больше всего преобладают консервы, относящиеся к группе натуральных, меньше всего в структуре тех, которые относятся к группе обеденных. Наименьшую долю в структуре ассортимента среди трех супермаркетов имеют овощные консервы группы обеденных в супермаркете «Михайловский» – 6%, здесь также наблюдается и наличие наибольшего числа овощных консервов среди трех супермаркетов, а именно группы натуральных с долей в 59%.

Овощные консервы по массе, относящиеся к группе «500-600 г», занимают наибольшую часть структуры ассортимента всех трех супермаркетов. Уже начиная с группы «600-700 г» доля овощных консервов в структуре ассортимента значительно падает.

По виду сырья в структуре ассортимента рассматриваемых супермаркетов преобладают овощные консервы, произведенные из томатов и огурцов. Консервы из остальных видов сырья (фасоль, сладкая кукуруза, зеленый горошек, баклажаны, кабачки) имеют значительно меньшее количество по сравнению консервами из огурцов и кабачков.

Для проведения исследования потребительских предпочтений был проведен опрос респондентов. Количество респондентов составило 156 человек.

На основании потребительских предпочтений нами установлено:

– большинство опрошенных (98%) приобретают овощные консервы. Не приобретают овощные консервы всего 2% от опрошенных.

– больше всего респондентов (38%) приобретают овощные консервы группы натуральных. Меньше всего опрошенных (12%) приобретают обеденные консервы (рисунок 1);



Рисунок 1 – Распределение респондентов по группам овощных консервов, в %

– большая часть респондентов приобретает овощные консервы из томатов (19%) и сахарную кукурузу (24%), чуть меньше опрошенных (17%) приобретают зеленый горошек. Меньше всего респондентов (8%) приобретают овощные консервы из кабачков и баклажанов (рисунок 2);

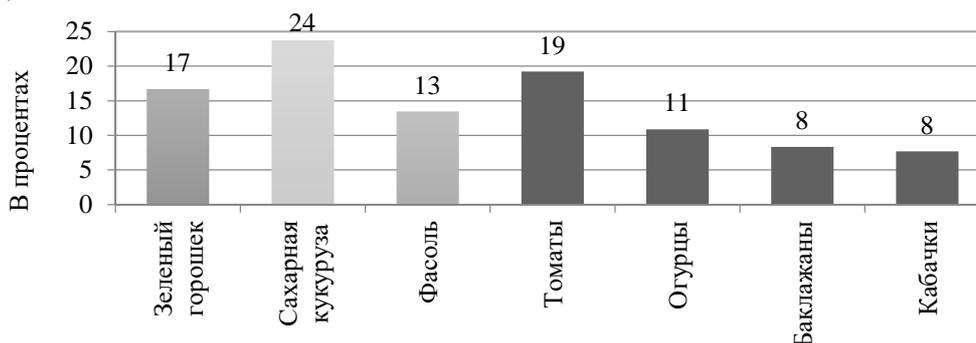


Рисунок 2 – Распределение респондентов по виду сырья овощных консервов, в %

– большая часть респондентов предпочитают приобретать овощные консервы производства фирмы «Bonduelle» (34%). Меньшая часть опрошенных предпочитают приобретать консервы компании «Золотая Долина» (4%). Примерно равное количество респондентов предпочитают приобретать овощные консервы производства компаний «Фрау Марта» (23%) и «Дядя Ваня» (22%);

– большинство респондентов (35%) руководствуются ценой при выборе овощных консервов для покупки. Немного меньшее количество респондентов (29%) руководствуется объемом. Меньшинство же (9%) руководствуется составом при выборе (рисунок 3);

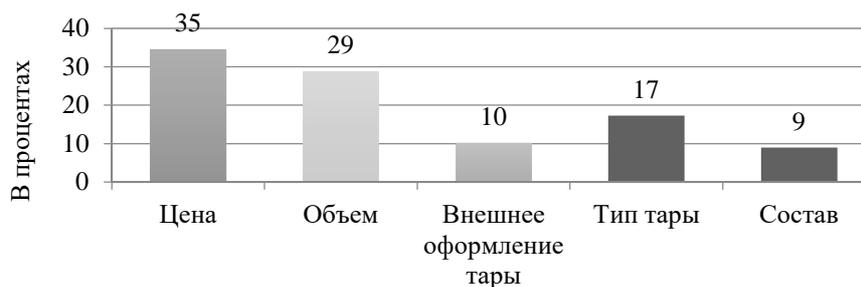


Рисунок 3 – Распределение респондентов по критериям выбора овощных консервов

– наибольшая часть опрошенных (59%) обращает внимание на соответствие ГОСТ овощных консервов, которые они приобретают, оставшийся 41% респондентов, наоборот, не обращает внимания.

Следовательно, цена является фактором, который в наибольшей степени влияет на уровень продаж овощных консервов. Чем ниже цена, тем больше продажи и наоборот, чем она выше, тем продажи ниже.

В результате, соотнеся имеющиеся потребительские предпочтения и структуру ассортимента овощных консервов, реализуемых на рынке города Владивостока, в трех выбранных предприятиях торговли можно выявить следующее.

В супермаркете «Фреш 25» металлической тары в структуре ассортимента по типу тары больше, однако потребители чаще выбирают стеклянную тару, чем металлическую. Это значит, что структура ассортимента не соответствует потребительским предпочтениям в отношении тары приобретаемых консервов.

Наибольшую часть респондентов составляют респонденты в возрасте от 20 до 40 лет (72%), наименьшую – опрошенные возрастом до 20 лет (4%). Большинство опрошенных респондентов входят в группу по доходам от 30 до 45 тыс. руб. в месяц (52%). Меньше всего респондентов имеют доход от 45 до 60 тыс. руб. (10%). А респонденты с доходами менее 15 тыс. руб. и более 60 тыс. руб. отсутствуют совсем.

Большинство опрошенных (32%) приобретают овощные консервы не менее одного раза в неделю, немного меньше респондентов – два раза в неделю (28%). Меньше всего респондентов (6%) приобретают овощные консервы два раза в месяц.

Таким образом, основными покупателями овощных консервов являются респонденты женского пола, в возрасте от 20 до 40 лет, с уровнем доходов 30-45 тыс. руб. Чаще всего потребители приобретают овощные консервы раз в неделю или два раза в неделю, предпочитая натуральные и закусочные овощные консервы.

Респонденты чаще всего среди дефектов обнаруживают помятость банок, а именно 54% опрошенных. Реже всего (4% опрошенных) опрошенные обнаруживают бомбаж, плесневение (5%) и подтечность (6%). Это значит, что исследуемым торговым организациям необходимо обратить внимание на условия транспортировки товара, так как помятость может возникнуть в результате физических нагрузок на металлическую банку. Подобные процессы могут происходить именно в процессе транспортировки консервов до места продажи.

Выявлено, что большинство респондентов (45%) обращают внимание на наличие сахара в составе приобретаемых овощных консервов, а меньшинство (18%) на наличие ГМО. Оставшиеся 37% опрошенных обращают внимание на наличие консервантов. Данное распределение респондентов может говорить о том, что почти половина опрошенных следит за количеством употребляемого сахара и тем, насколько много в составе приобретаемых консервов натуральных ингредиентов.

В целом структура ассортимента рассматриваемых торговых предприятий по производителям, странам, количеству, группе, соответствует потребительским предпочтениям.

Так, если большинство потребителей предпочитают приобретать овощные консервы российского производства, то в структуре ассортимента они составляют большую часть, что соответствует потребительским предпочтениям. Однако структура ассортимента по виду сырья им не совсем соответствует: в каждом из трех супермаркетов большую долю занимают овощные консервы из томатов и огурцов, но большинство потребителей приобретает сахарную кукурузу (37%), значительная часть приобретает зеленый горошек (26%) и фасоль (21%). В рассматриваемых же супермаркетах доля овощных консервов из фасоли, зеленого горошка, сахарной кукурузы составляет не более 10%.

В супермаркете «Фреш 25» овощные консервы от компании «Дядя Ваня» составляют 10% ассортимента, то есть лишь десятую часть. При этом 22% респондентов, почти четверть, предпочитают приобретать консервы этого производителя.

В супермаркете «Михайловский» наблюдается несоответствие потребительским предпочтениям по типу тары: в структуре ассортимента стеклянной тары 64%, тогда как 54% предпочитают этот тип тары.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Власова, М.В. Оценка качества овощных консервов / М.В. Власова, С.Б. Абыдова, Б.А. Джумаев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41554636> (дата обращения: 12.04.20)
2. Анализ рынка овощных консервов в России в 2014–2018 гг., прогноз на 2019–2023 гг. [Электронный ресурс] // РБК Магазин исследований. – Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/research/38998/> (дата обращения: 12.04.20)
3. Анализ рынка овощных консервов в России в 2015–2019 гг., прогноз на 2020–2024 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://businessstat.ru/catalog/id8512/?yclid=18391351441369107794> (дата обращения: 12.04.20)
4. Родина, Т.Е. Проблемы и перспективы развития рынка продуктов переработки овощей / Т.Е. Родина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-razvitiya-rynka-produktov-pererabotki-ovoschey> (дата обращения: 12.04.20)
5. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. – М.: Дашков и К, 2017. – 296 с. (Учебные издания для бакалавров) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://new.znaniy.com/catalog/product/336541> (дата обращения: 12.04.2020)

Вершинина Анна Геннадьевна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Кандидат технических наук, доцент кафедры международного маркетинга и торговли
690014, Россия, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41, E-mail: anna.vershinina@mail.ru

Большаков Вадим Сергеевич

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Студент кафедры международного маркетинга и торговли
690014, Россия, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41, E-mail: bolshakov98_vadim@bk.ru

A.G. VERSHININA, V.S. BOLSHAKOV

CONSUMER PREFERENCES STUDY IN THE CANNED VEGETABLES MARKET IN VLADIVOSTOK

The consumer preferences study in the canned vegetables market in Vladivostok is conducted in 2019. There are defined preferences of food industry products consumers, namely the products of canned vegetables manufacturers selling their products in Vladivostok's market. The consumer preferences are defined by such criteria as group of canned vegetables, raw material type, manufacturer country, preferred manufacturer, type of tare, etc. There are defined and analyzed accordance of the canned vegetables assortment in Vladivostok to the consumer preferences in that market.

Keywords: *canned vegetables assortment, groups of canned vegetables, consumer preferences, the market of Vladivostok.*

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATED)

1. Vlasova, M.V. Ocenka kachestva ovoshchnyh konservov / M.V. Vlasova, S.B. Abydova, B.A. Dzhumaev [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41554636> (data obrashcheniya: 12.04.20)
2. Analiz rynka ovoshchnyh konservov v Rossii v 2014-2018 gg., prognoz na 2019-2023 gg. [Elektronnyj resurs] // RBK Magazin issledovaniy. – Rezhim dostupa: <https://marketing.rbc.ru/research/38998/> (data obrashcheniya: 12.04.20)
3. Analiz rynka ovoshchnyh konservov v Rossii v 2015-2019 gg., prognoz na 2020-2024 gg. [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://businessstat.ru/catalog/id8512/?yclid=18391351441369107794> (data obrashcheniya: 12.04.20)
4. Rodina, T.E. Problemy i perspektivy razvitiya rynka produktov pererabotki ovoshchey / T.E. Rodina [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-razvitiya-rynka-produktov-pererabotki-ovoschey> (data obrashcheniya: 12.04.20)
5. Safronova, N.B. Marketingovye issledovaniya: uchebnoe posobie / N.B. Safronova, I.E. Korneeva. – M.: Dashkov i K, 2017. – 296 s. (Uchebnye izdaniya dlya bakalavrov) [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://new.znaniy.com/catalog/product/336541> (data obrashcheniya: 12.04.2020)

Vershinina Anna Gennadievna

Vladivostok State University of Economics and Service
Candidate of technical science, assistant professor at the department of International marketing and trade
690014, Russia, Vladivostok, ul. Gogolya, 41, E-mail: anna.vershinina@mail.ru

Bolshakov Vadim Sergeevich

Vladivostok State University of Economics and Service
Student of the department of International Marketing and Trade
690014, Russia, Vladivostok, ul. Gogolya, 41, E-mail: bolshakov98_vadim@bk.ru